T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE 2012 YILINDA SAĞLIK HABERLERİNİN ULUSAL YAZILI BASINDA YER ALIŞ BİÇİMLERİ VE BİLGİLENDİRME DÜZEYLERİ (HABERTÜRK, HÜRRİYET, POSTA, SABAH, SÖZCÜ VE ZAMAN GAZETELERİ ÖRNEĞİ)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Nural İmik TANYILDIZI

HAZIRLAYAN
İlkay YILDIZ

ELAZIĞ-2013

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE 2012 YILINDA SAĞLIK HABERLERİNİN ULUSAL YAZILI BASINDA YER ALIŞ BİÇİMLERİ VE BİLGİLENDİRME DÜZEYLERİ (HABERTÜRK, HÜRRİYET, POSTA, SABAH, SÖZCÜ VE ZAMAN GAZETELERİ ÖRNEĞİ)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Nural İmik TANYILDIZI

HAZIRLAYAN
İlkay YILDIZ

Jürimiz, ……… tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans / doktora tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1.
2.
3.
4.
5.

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun …... tarih ve ……. sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Doç. Dr. Zahir KIZMAZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Türkiye'de 2012 Yılında Sağlık Haberlerinin Ulusal Yazılı Basında Yer Alış Biçimleri Ve Bilgilendirme Düzeyleri (Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü Ve Zaman Gazeteleri Örneği)

İlkay YILDIZ
Fırat Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İletişim Anabilim Dalı
İletişim Bilimleri Bilim Dalı
Elazığ–2013, Sayfa: X+98

Ulusal yazılı basında yayınlanan haberlerin ilk sırasında sağlık haberleri gelmektedir ve bu haberlerin ne kadar doğru aktarıldığı, bireyler üzerinde ne kadar doğru etki ortaya koyduğu günümüzde tartışma konusu haline gelmiştir.

Araştırmanın amacı, ulusal yazılı basında 2012 yılında yayınlanan satışı en yüksek 6 gazetenin sağlık haberlerine bakış açılarını belirlemek, basının haber verme değerleriyle yaptıkları yayınların örtüşüp örtüşmediğini saptamaktır. Bu amaçla 6 ay süreyle basında önemli konuma sahip olan Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü ve Zaman Gazeteleri incelenmiş, haber sunumunda kullandıkları yöntemler irdelenmiştir.

6 aylık süre zarfında toplam 408 haber incelenmiştir. Araştırma sonucunda; gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin oranının incelenen ay çokluğuna oranla oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Sağlık haberlerinin içerikle ilgili kısımlarında ise, büyük oranda haber özelliği taşıdıkları, sansasyondan uzak kaldıkları, kışkırtıcı niteliklerinin olmadığı ve eğlence özelliği taşımadıkları ortaya çıkmıştır. Genellikle açık ve anlaşılır bir anlatıma sahip oldukları, inandırıcı özellik taşıdıkları ve bilgilendirme düzeylerinin yüksek oldukları da ortaya çıkan bulgular arasındadır. Haber konularını ise genellikle hastalılar ve tedavileri, sağlık politikaları oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Haber, Gazete, Basın, Ulusal

ABSTRACT

Master Thesis

The Form of Appearance of the Health News on the National Print Media in 2012 in Turkey and their Informing Levels (the examples of the Newspapers Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü and Zaman)

İlkay YILDIZ
The University of Fırat
The Institute of Social Science
The Department of Communication Sciences
Elazığ–2013, Paper: X+98

News about health comes first among the news published on the national print media and today it has become a subject of debate how true these news are being transmitted and how true is their impact on the individuals.

The purpose of the study is to determine the viewpoints of the health news of 6 newspapers published in the national print media in 2012, which had the highest sale and to find out whether the annunciation value of the press tallies with the publication they make. For this purpose, the newspapers having a key position in the press such as Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü and Zaman have been examined during 6 months and their methods they use while reporting news have been studied.

A total of 408 news were examined during a 6 month period. As a result of the study, it was ascertained that the proportion of the health news in the newspapers was rather low compared to the number of months reviewed. And as to the parts related to the content of the news about health, it was found out that these news had the quality of news, that they stayed away from any sensation, that they didn’t have any provocative nature, and they didn’t have any purpose for entertaining. Among the findings it was understood that they usually had a clear and comprehensible narrative, they had a persuasive nature and their informing level was high. And the issues of news generally constituted the diseases and their treatment, and the health policies.

Key Words: Health, News, Newspaper, Press, National

İÇİNDEKİLER

BEŞİNCİ BÖLÜM

TABLOLAR LİSTESİ

GRAFİKLER LİSTESİ

ÖNSÖZ

Günümüzde sağlık konusunun giderek öneminin artması, yapılan en ufak bir yanlış haberin, çok fazla kişiyi etkiliyor olması sebebiyle, bu çalışmanın önemi artmaktadır. Özellikle yapılan haberlerde gazetecilerin doğru bilgi aktarma konusunda ne kadar titiz davrandıkları, birey ve toplum yararını muhafaza edip etmediklerinin de araştırılması çalışma için son derece önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada genel olarak sağlık iletişimi ve sağlık haberciliği konularına yer verilmektedir. Bu amaçla 6 ay süreyle basında önemli konuma sahip olan Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü ve Zaman Gazeteleri incelenmiş, haber sunumunda kullandıkları yöntemler irdelenmiştir. Çalışmanın verileri ise içerik çözümlemesi yöntemiyle ortaya konulmuştur.

Bu araştırmadan ortaya çıkan bulgular, sağlık içerikli haberlerin, bilgilendirme düzeyinin ortaya çıkartılması açısından önem taşımaktadır. Basındaki sağlık haberlerinin oluşturulmasında olumlu ve olumsuz yanların belirlenmesi ve elde edilen sonuçların bundan sonraki oluşturulacak sağlık haberlerine yol gösterecek nitelikte olması açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışmada bana yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Nural İmik TANYILDIZI’na teşekkür ederim. Ayrıca emeklerini her zaman üzerimde hissettiğim aileme, çalışma süresince yanımda bulunup anlayışlarını esirgemeyen eşim Hasan’a da teşekkür ederim.

Elazığ-2013
İlkay YILDIZ

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

AIDS : Acquired Immuno Deficiency Syndrome

CDC : Centers For Disease Control And Prevention (Hastalıkları Kontrol ve Önleme Merkezi)

ESAM : Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği

GDO : Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar

ICA : International Communication Association

MTM : Medya Takip Merkezi

SCA : Speech Communication Association

SHDPP : Stanford Heart Diease Prevention Programme

SPSS : Statistical Package for Social Sciemces

TTB : Türk Tabipler Birliği

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı)

GİRİŞ

Toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen herhangi bir görüş, yargı ya da olay kitle iletişim araçları tarafından haber yapılmaktadır. Haberleri kişilerin anlayabileceği bir dille ve zamanında sunan kitle iletişim araçları, bireylere kendileri dışındaki dünyayı tanıtarak onlara yeni ufuklar açmaktadır. Böylece gelişmelerle, yeni şeyleri keşfedip öğrenme isteğini de güdülemektedir. Ayrıca kitle iletişim araçları dünyanın her tarafında gündem belirlemede, ülke yönetiminde etkin rol oynamada, insanların yaşamlarındaki öncelikleri saptamada etkin ve bazen de korkutucu bir güce sahiptir.

Kitle iletişim araçlarından yazılı basın, değişik kültürel düzeydeki insanlara hitap edecek şekilde farklı içeriklerle düzenlenmiştir ve toplumun ilk önceliklerinden olan sağlık için doğru kullanıldığında son derece yararlı bir araç halini almıştır. Gazeteler uygun ve gerektiği biçimde kullanıldığında sağlık eğitiminin çok etkili bir tamamlayıcısı olacak ve sağlık alanındaki eşitsizlikleri gidermek adına da katkı sağlayacaktır.

Gazeteler aracılığıyla üretilen haber, toplumun yaşanılan gelişmelerle ilgili olarak bilgi edinmesinde ve tutum geliştirmesinde etki gücü yüksek bir enformasyon türüdür. Bu bağlamda sağlıkla ilgili bir görüşün, bilginin toplum tarafından algılanmasında da üretilen haberlerin etki gücü ve işlevleri de önem kazanmaktadır. Geniş kitleleri etkileyebilme gücünü elinde bulunduran bir kitle iletişim aracı olarak gazetelerin verdiği haberler, toplumsal sorumluluk duygusuyla hareket ederek sağlığın her aşamasında hızlı ve doğru enformasyon iletimini sağlayacak, bireylerde uygun tutum ve davranışların gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Yaşam süresi beklentisi uzadıkça, refah düzeyi yükselip, yaşam kalitesi arttıkça sağlık haberlerinin gazetelerdeki yeri de, sağlığa ayrılan sayfa ve süreler de artacaktır. Sağlık haberlerinin medyada her yıl biraz daha artan oranda yer bulacağı göz önünde bulundurulacak olunursa bilgi kirlenmesine karşı önlem alınması gerektiği de ortaya çıkacaktır. Yani, sağlık haberlerinin ciddi bir denetim ve elekten geçirildikten sonra yayınlanması gerekmektedir.

İletişim çağının en önemli aracı olan basının kimlerin elinde olduğu ve nasıl kullanıldığı da çok önemlidir. Ticari boyutu milyar dolarlarla ölçülen sağlık sektöründe meslek örgütleri, sağlık çalışanları, kamu, özel sektör, Sağlık Bakanlığı ve basın

arasındaki iletişimin doğru kurulabilmesi, toplum yararı açısından var olan sorunların çözülebilmesinde anahtar-kilit ilişkisini oluşturmaktadır. Sağlık muhabirinin iyi haber yapma kaygısının yanında, yapılan haberden insanların nasıl etkileneceği kaygısını da taşıması gerekmektedir. Bu noktada, basın, toplumun doğru haber alma hakkını korurken basın ahlak ilkelerine, Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneğinin etik kurallarına ve Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde yer alan "sansasyondan kaçınmak, umutsuzluk ya da sahte umut verecek haberler yapmamak, tıp alanındaki araştırmaları kesinleşmiş sonuçlar gibi göstermemek" gibi konularına da duyarlı olmalıdır.

Türk Tabipleri Birliği (TTB) ile Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği'nin (ESAM) sağlık gazeteciliğine ilişkin kuralların belirlenmesi ve karşılıklı bilgi, deneyim, paylaşım amacıyla düzenlemiş olduğu 4. Sağlık Bilinci ve Medya Toplantısı sonuç bildirgesinde de ifade edilmiş olduğu gibi, sağlık muhabirleri ile sağlık alanında görev yapan mesleklerin etkin işbirliğiyle günümüz gazetelerinde hekimlerin yazı dizileri, köşe yazıları, sağlık gazetecilerinin hazırlamış olduğu özel sağlık sayfaları ve aktüel haberler bulunmaktadır. Böylelikle gazeteciler ve sağlıkla ilgili meslek üyelerinin etik ilke ve kurallarının kapsamında yapmış oldukları bu işbirliğiyle daha doğru, daha aydınlatıcı ve kamu yararı gözeten haberler yayımlamak mümkün olabilecektir.

Bu bilgiler ışığında, tez çalışmasında 2012 yılının Temmuz-Aralık ayları arasında, satış rakamı en yüksek 6 gazete olan Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü, ve Zaman gazetelerinde yer alan sağlık haberleri incelenmiştir. Araştırmanın amacını, sağlık haberlerinin ulusal yazılı basında kamuoyuna nasıl yansıdığı, haberler arasındaki farklılıklar ve kamuoyunu bilgilendirme düzeylerinin ne derece olduğu bu konuda neler yapılması gerektiği oluşturmaktadır. Bu genel amaçların haricinde çalışmada; günlük yayın yapan gazetelerde sağlık haberlerinin nasıl dağıldığı belirlemek, haberlerin kimlerden kaynakladığını, nasıl bir haber verme biçimiyle halka duyurulduğunu ortaya çıkarmak, gazetecilerin sağlık haberlerine önem verip vermediğini ve olaylara bakış açılarını tanımlamak, sağlık haberlerinin ülke gündemindeki önemi ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu araştırmada, 2012 yılında yayınlanan gazeteler çalışma kapsamına alınmıştır. Araştırma, sadece 6 gazetenin 2012 yılının Temmuz-Aralık ayları arasındaki yayınlarının ilk sayfaları ile sınırlı tutulmuştur. Araştırmada veriler içerik çözümlemesi yöntemiyle elde edilmiştir. Elde edilen veriler "Statistical Package for Social Sciemces" yani SPSS Programında analiz edilmiştir.

Bu araştırmadan ortaya çıkan bulgular, sağlık içerikli haberlerin yayınlanma amaçlarına uygunluğu ve bilgi verme açısından insanları ne derece doğruya yönlendirdiği açısından önem taşımaktadır. Çalışma, basındaki sağlık haberlerinin olumlu ve olumsuz yanların belirlenmesi ve elde edilen sonuçların bundan sonra oluşturulacak çalışmalara yol gösterecek nitelikte olması açısından da önem arz etmektedir.

Araştırmanın sunuş sırası ise genel olarak şöyledir: Araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölüm başlığı "Haber ve Haber Üretim Süreci"dir. Bu bölümde haber kavramı, haber üretim süreci, haberin nitelikleri, haber kaynakları, haberlerde başlık ve haber girişleri yer almaktadır. İkinci bölümün başlığını "Sağlık İletişimi ve Sağlık Haberciliği" oluşturmaktadır. Bu başlık altında sağlık iletişimi kavramı, sağlık iletişiminin özellikleri, tarihi gelişimi, sağlık haberciliği kavramı, sağlık haberciliğinin önemi, sağlık haberciliğine ait bildiriler ve sağlık haberciliğinin yazım ilkeleri ve sağlık iletişimi ve haberciliği konusunda yapılan diğer çalışmalara yer verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünü "Araştırma Hakkında Genel Açıklamalar" başlığı oluşturmaktadır. Bu başlık altında araştırmanın metodolojisine yer verilmiştir. Bu metodolojide araştırmanın konusu, önemi, amacı, hipotezleri, yöntemi, evren ve örneklemi, sınırlılıkları, verilerin toplanması ve analizi yer almaktadır. Dördüncü bölüm başlığını "Türkiye'de 2012 Yılında Sağlık Haberlerinin Ulusal Yazılı Basında Yer Alış Biçimleri Ve Bilgilendirme Düzeyleri (Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü Ve Zaman Gazeteleri Örneği)'nin İçerik Çözümlemesi" oluşturmaktadır. Bu bölümde araştırmada incelenen gazeteler ve içerik çözümlemesinden elde edilen sonuçlara yer verilmiştir. Beşinci bölüm son bölümü oluşturmaktadır ve bu bölümde genel değerlendirmeye yer verilmiştir. İçerik çözümlemesinden elde edilen bulgulardan yararlanılarak belirli sonuçlar açıklanmış ve önerilerde bulunulmuştur. Araştırmada ortaya konulan hipotezlerin doğrulanıp doğrulanmadığı da bu bölümde açıklanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HABER VE HABER ÜRETİM SÜRECİ

Basılı yayınlar için en önemli öğe haberdir. Bu haberleri yapan muhabirlerin görevi de yazılan haberleri okuyucuya ulaştırmaktır. Her gazetenin kendine ait bir yayın politikası, bir haber yazma tekniği ve haberi değerlendirme ölçütleri vardır. Bu nedenle bu bölümde, özellikle haberin ne olduğu, nasıl seçildiği, nasıl üretildiği gibi konulara açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

1.1. Haber Kavramı

Haberin anlamını açıklayabilmek ya da tanımını yapabilmek çok kolay bir iş değildir. Çünkü günümüze kadar gelen süre içerisinde haberin herkesçe kabul gören standart bir tanımı da bulunmamaktadır. Standart bir tanımının bulunmaması ise herkesin haber hakkında bir tanımının bulunmasından kaynaklanmaktadır. Konu ile ilgilenen uzmanlar, akademisyenler ise haberin tanımını ya somut bir şekilde açıklamışlardır ya da haber değeri açısından konuya yaklaşmışlardır. Haber olgusu, haberi yazan ve oluşturan muhabire, yayın organının kimliğine, yazı işleri müdürlüğü sorumlularının anlayışına ve hedef kitleye göre bir anlam taşımakta ve değişmektedir (Çakır, 2007: 123).

Haber, sözcük olarak Arapçadır. Haber sözcüğüne Türkçe karşılık olarak “salık” veya “duyuk” gibi sözcükler önerilmişse de yaygınlık kazanmamıştır. İngilizler habere “new”, Fransızlar “information” demektedir (Yüksel, Gürcan, 2001: 57).

Öncelikle haber kavramını incelediğimizde çok çeşitli tanımlar karşımıza çıkmaktadır. Çevremize baktığımızda çoğunlukla “yeni ve daha önceden duyulmamış şeylerin” haber olarak nitelendirildiğini söylemek mümkündür. İngilizce’de haber anlamına gelen ‘News’ sözcüğü, North: Kuzey, East: Doğu, West: Batı, Souhth: Güney sözcüklerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Bu bağlamda “News” sözcüğü “bütün yönlere” ait anlamındadır. Yani bu kelimenin ‘dünyayı’ kapsadığı ortaya çıkmaktadır (Utma, 2010:12).

Haber, gazetecilik üzerine çalışılmış olan kitaplar açıldığında birçoğunda görülebilecek bir kavramdır. Bunlar arasında en yaygın olarak kullanılan haber tanımlarını şu şekilde verebiliriz. 1. Bir olayın raporudur. 2. Dün bilmediğimiz her

şeydir. 3. Gazetecilerin yaptığıdır. 4. Gerçeğin toplumsal kurgusudur. 5. Gerçek olan bir şeyin özetidir. 6. Hikâyenin hikâyesidir. 7. Henüz olmuş, henüz ortaya çıkmış bir konudaki taze bilgidir. 8. İnsanlara iletilen önemli olaylardır. 9. Kitle iletişim araçlarında yayımlanan şeylerdir. 10. Olan her şey haberdir. 11. Olduktan sonra algılanabilen bir olgudur. 12. Özet bir öykü ya da rapordur. 13. Zamanın raporudur.14. Yarının tarihidir. 15. Yayın müdürlerinin haber dediği şeydir. 16. Zamanın raporudur. (Tokgöz, 2000:166; Girgin, 2000: 75-78). Daha sonra yapılan haber değerlendirmelerinde ‘olan her şey haberdir’ , ‘dün bilmediğimiz haberdir’ , ‘insanların üzerinde konuştuğu haberdir’ , ‘haber okuyucuların öğrenmek istedikleridir’ şeklinde tanımlar dikkat çekmektedir (Tokgöz, 2000:162). Haber, vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay ya da kanaattir (Hohenberg, 1963:27). Honenberg ayrıca haberi, insanları ilgilendirecek zamanlı olan bir fikrin, olayın veya sorunun özetidir şeklinde de tanımlamaktadır (Tokgöz, 1987:61). Haber, toplumu ilgilendiren olay, fikir ve kanıların, iyi ve doğru bir şekilde, yayın araçlarıyla topluma aktarılmasıdır (Tulgar, 1970:21). Dağlı’ya göre haber (1995:44), “vaktinde verilen, toplumda çok kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, anlaşılan bir dille aktarılan bir olay, fikir ya da kanıdır.” Henry David Thoreau, ‘Bir felsefeci için haber sadece dedikodudur’ görüşünü dile getirmiştir (Usluata, 1994:92). Özellikle günümüz haberciliğinde haberlerin daha çok o şunu dedi bu bunu dedi şeklinde verilmesi bu görüşü de doğrular nitelikte olmaktadır. Vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay, fikir ve kanattır (Girgin, 2000:14). Sosyolog Nordestreng, haberin ham haberler ve açıklayıcı bilgiler olarak, olayın geçmişine ilişkin iki ayrı düzeyde ele alınması gerektiği görüşünü savunmaktadır. Nordenstreng (1972:397), “ham haberler, olayın geçmişine ilişkin bilgi verilmeden sunulmaktadır. Açıklayıcı bilgiler ise haberle gerçek yaşam arasında ilişkinin kurulması için gerekli olan bilgilerdir” demektedir. Asna’nın nelerin haber olacağına ilişkin verdiği örnekler ise önemlidir:

Bir adam + karısı= 0

Bir adam + 6 karısı= Haber

Bir banka veznedarı + karısı +8 çocuğu =0

Bir banka veznedarı +çalınmış 5 milyar lira = Haber

Bir sporcu + bir futbol maçı= 0

Bir sporcu +bir maçta attığı 6 gol = Haber (Asna, 1993:152).

Diğer taraftan, haberle ilgili şu temel unsurlar da görülmektedir: Haber yeni olmuş veya tekrar oluşan olaylar hakkındadır, bu yönüyle de güncel niteliktedir. Haber sistematik değildir. Birbirinden ayrı ve bağımsız olay ve oluşumlarla ilgilenir. Haber dayanıksızıdır ve sadece olay geçerli olduğu sürece yaşar. (Güz, 1996:938).

Haberin profesyonelliğe dayanması gerektiği ve belirli bir biçim ve düzen içerisinde sunulması gerektiğinin altını çizen Zeytinli'ye göre ise haber; gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri konularda topladıkları ve kuralına göre formatladıkları, kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek, yazılı, sesli, ya da görüntülü mesajlar şeklinde, okuyucu, dinleyici, ya da izleyiciye ulaştırılan bilgilerdir (1996: 1102).

Haberin daha çok ticarileştiğine vurgu yapan tanımlamalar ise mevcuttur. Buna göre haber, medyada satılan bir maldır ya da haber, üretimi hiyerarşik olarak örgütlenmiş, teknik olarak komplike ve kar amaçlı kuruluşlarca gerçekleştirilen üründür (Kanber, 2003:35). Walter Lipmann, haberin işlevinin mutlaka bir olayı belirlemek olduğunu vurgulayarak, "kim, neyi, ne zaman, nasıl yaptı?" sorularının yanıtıyla sınırlamış ve bir benzetme yapmıştır. Haber, "tohumdan toprak üstüne fışkıran ilk filizi bildirmektir. Toprak altında kalanları ise anlatamamaktadır" (Usluata, 1994:93).

Savaş esiri olan McCain, Hanoi'de esir olarak geçirdiği beş yıl sonunda "en çok özlediğim şey bilgiydi, özgür, sansürlenmemiş, çarpıtılmamış, bol miktarda bilgi"ydi diye yazmıştır (1999:221). Burada açıkça ifade edilen şey haberdir. Haberin kısıtlanmaması, özgür bir ortamda yazılması ve aktarımında doğruluktan ayrılmaması gerektiğidir. Haberin olmazsa olmazları bu özelliklerdir. Gans ise "Haber nedir?" adlı çalışmasında daha çok haberin üzerinde durmamış, habere konu olan kişi ve aktörlerin kimler olduğunu tartışmış, haber olan eylemlerin neler olduğu üzerine çalışmıştır (1979). Tuchman, haberi gerçekliğin bir tür yeniden inşası olarak ele alır. Onun için haber daha çok ontolojik bir sorundur. Tuchman haber ile ilgili görüşlerini şöyle özetler: "Örneğin felsefeci sosyal dünyada haberin geçmişteki, günümüzdeki ve gelecekteki olası biçimlerine karşı idealist özünü keşfetmek için haberin varlığına ilişkin kuşku duyabilir" (1978:186).

Haber tanımlamalarından sonra haberi diğer yazınsal metinlerden ayıran bazı özelliklere bakmakta da yarar vardır. Bu özellikleri McQuail şöyle sıralamıştır:

- Haber, her şeyden önce günceldir ve yeni olmuş veya tekrar oluşan olaylarla ilgilidir. Bu durum habere zamanlık anlamı verir. Geçmişte kalan ve toplumun gündeminin dışında olan bir olay haber yapılmaz.

- Haber, sistematik değildir. Haber olacak olaylar, fikirlerle, değişmelerle, sorunlarla belirli bir sisteme göre seçilmez. Haber farklı olaylarla, gelişmelerle ilgilenir ve ele aldığı konular birbiri ile ilişkisizdir. Olayların yorumlanması da haberin görevleri içerisinde yer almaz.

- Haber, dayanaksızdır. Olay ve konu geçerli olduğu sürece haberin yaşama şansı vardır. Olayın gerçekliğini kaybetmesinden sonra konu haber olma özelliğini yitirir.

- Habere esas olacak konular ve olaylar gerçek konumlarından daha önemli veya garip, beklenmeyen türden olmalıdır.

- Dikkat çekici olması için haberin bir olgu veya olayla ilgili ve yeni, değerli ya da bir kişi ile veya şeyle bağlantılı olması gerekir (McQail, 1994: 213- 214).

“Haber” diye adlandırılan bazı bilgilerin toplanması ve bireylere aktarılmasının kökeni, toplumsal yaşamın başladığı döneme kadar inmektedir. Mısır’da M.Ö 1750 yıllarında, çeşitli bilgilerin yer aldığı resmi bir gazetenin yer aldığı bilinmektedir (Utma, 2010,16). Bazı bilgi ve düşüncelerin elle yazılarak satılmasına ise ilk kez 14.yüzyıl sonlarında Venedik’te rastlanmıştır (Doğan, 1993:51). Özellikle Almanya ve İtalya’daki büyük iş merkezlerinden, ekonomik ve politik gelişmeler hakkında özetlenmiş bilgiler, elle yazılarak çoğaltılmıştır. Bunlar 15.yüzyılın sonlarından itibaren Venedik’te “avvisi”, daha sonra da Hollandalılar tarafından “zeytungen” diye adlandırılan el yazmalarıdır (İnuğur, 1982:42). 17. Yüzyılın ilk yarısından itibaren de özellikle Avrupa’da bazı bilgilerin toplanması, derlenmesi ve bedel karşılığı pazarlanmak üzere yayınlanması süreli bir biçime dönüştürülmüştür. Bu uygulama, 19.Yüzyıl’ın ortalarında uluslararası alana da yayılmış ve günümüze kadar yoğunlaşarak gelmiştir (Gaillauma, 1990:9).

Kısaca denebilir ki, gazetecilik mesleği haberle başlar, haberle biter. Bu olgudur ki, basını rekabetin içine itmiş ve okuyuculara haber ulaştırmada ‘en çabuk’ ve habere sahip olmada ‘tek olma’ konusunda bir yarışa sokmuştur (Öke, 1994: 77-78).

Basının en temel işlevi yapılan haberi en doğu şekilde okuyucuya aktarmak olmalıdır. Yapılan haberlerin basın ahlakı ve sorumluluğu ile yapılması gerekliliği de unutulmamalıdır.

1.2. Haber Üretim Süreci

Haber üretimi; habere konu olacak olayın belirlenmesi, bu konuyla ilgili bilgilere ulaşılması, bilgilerin seçilmesi ve ayıklanması, haberde yer alacak olayın işlenmesi ve son olarak da okuyucuya sunulmasıdır. Haber üretiminin bu sürecinde birçok kişi ve kurum rol oynamaktadır. Öncelikle muhabirler, haber kaynakları, medya örgütlenmeleri, haber ajansları, toplumda güçlü kurum ve kuruluşlar haber üretimini siyasal, kültürel ve ekonomik alanda belirlemede etkili olmaktadır.

Haber izlemek, seçmek, araştırmak, düzeltmek, yazmak ve de yayımlamak, özetle haber üretimi bir eylem dizisidir (Girgin, 2001:11). Aynı haberin farklı gazetelerde farklı şekil ve içerikte sunulduğunun görülmesi de genel yayın yönetmenleri ya da editörlerin bakış açılarının farklılığından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, haberler kurumun genel yayın politikası ekseninde seçilip oluşturulmaktadır. Yalnızca hangi haberin yayınlanacağı değil, haberin nasıl verileceği belirlenirken de gazetenin genel yayın politikası etkili olmaktadır (Tokgöz, 2000:57). Her şeyden önce habere bir insan yapısı gözüyle bakmak, ‘her toplumun kendi kamusal bilgi sistemini farklı oluşturduğunu ve her sistemin farklı sınırlamalar ve problemlere sahip olduğunu anlamayı kolaylaştırıyor (Kanber, 2003:35).

Özetle, gerek haberin seçiminde gerekse içeriğin oluşumunda ve sunumunda medyanın her organının kendine özgü bir genel yayın politikasının olduğu unutulmamalıdır. Ancak; ideal olan genel yayın politikalarının kamuoyunu merkez alarak, onun istek, amaç ve beklentilerine uygun bir şekilde oluşturulmasıdır.

1.2.1. Haberin Seçimi

Haber gerçekte yaşanmış, yaşanacak olan bir olayın gazete sayfalarında okuyucuya sunulmasıdır. Okuyucuya sunulacak olan bu haber öncelikle seçilerek gazete sayfasına alınır. Önce ‘gerçekte olana’ ulaşıp ulaşmama konusu seçilecek (ekonomik karar), nasıl ulaşılacağı (bazen ahlaki karar), ulaştıktan sonra gazeteye girip girmeyeceği (editoryal karar), kullanılacak sözcük, fotoğraflar, bunların hangi sayfada nasıl yer bulacağı belirlenecektir (Gaillard, 1991: 29,35). Gazeteci her gün yüzlerde olayla karşı karşıya kalmaktadır. Muhabirin en önemli işi haber olarak yayınlayacağı olayı diğerlerinin arasından seçmektir. Poyraz (2002: 19); “Gazeteci, haber yapabilmek için olaylar arasından kendine göre bir seçme yaparak, bu olayı egemen olan ideolojiye göre bir çerçeveye oturtmaktadır” diyerek konunun önemini vurgulamıştır. Bu nedenle

gazetecinin sorumluluğu da oldukça yüksektir. Bir olayı önemsemeyip haber yapmaz ve ilerde o haber büyük yankı uyandırırsa muhabirin bu eksikliği giderilemeyecektir. Bunun yanında her olayı da haber yaparsa yazı işlerini gereksiz yere meşgul etmiş olacaktır. Burada muhabir her ayrıntı üzerinde tekrar tekrar duracak ve kendini sorgulayarak haberi seçmek durumunda kalacaktır. Bu kendini sorgulama anında muhabir kendi duygu ve görüşlerinden arınmalı, zevklerine göre hareket etmemelidir. Çünkü haber seçimi gazetecinin can damarıdır (Ramonet, 2000:86).

Kitle iletişim araçlarının izleyicilerinin genelde haber almaları, kendi seçmeli ilgilerine göre gazeteciler tarafından 'haber olur' diye seçilmiş, düzenlenmiş, yazılmış olay ve olguların okunması, dinlenmesi, seyredilmesi şeklinde olmaktadır (Tokgöz, 1987:55). Gerek haberin seçiminde, gerekse içeriğin hazırlanması ve kamuoyuna sunumunda medyanın her organının, kendine özgü bir yayın politikasının olduğu unutulmamalıdır. Burada ideal olan; genel yayın politikalarının kamuoyunun istek ve beklentilerine uygun şekilde oluşturulmasıdır (Utma, 2010:26).

1.2.2. Haberin Güncelliği

Haber yeni olan her şeydir. Bireyler gazeteyi ellerine aldıklarında yeni bir şey var mı gibi genel bir soruya yanıt arar. Bu nedenle ki eski bir haber, okuyucu yada izleyici tarafından tekrar rağbet görmemektedir. Gazeteciliğin esası olan güncellik burada devreye girmektedir ve çoğu zaman da abartılmaktadır. Çünkü bir haberi diğer muhabir ve haber kuruluşlarından önce verme çabası haber değerinin yok edilme pahasına da olsa yerine getirilmektedir.

Güncellik, ilgi ölçütünün bir etkenidir. Uygulamada bu, bir gazetecinin ilgi çekici ve anlamlı haberleri en hızlı şekilde öğrenmek ve anlatmak için kendini zorlaması anlamına gelmektedir (Utma, 2010:27). 'Özel muhabirimiz bildiriyor' alt başlığıyla verilecek bir haber, birinci sayfada beş sütunluk bir değer kazanacakken, olağanüstü durumlar hariç, yazı işlerinin başka basın organlarından öğrendikleri ise ancak iç sayfalarda kendine yer bulacaktır (Gaillard, 1991: 29, 35).

1.2.3. Haberin Anlamlılığı

Gazetelerde yayınlanacak olan haberlerin anlamlı olması haberdeki olayla doğrudan bağlantılıdır. Hamile bir kadının ikiz doğurması haberin anlamlılığı açısından çok önemli görülmemesine rağmen, hamile bir kadının beşiz yada yediz doğurması

haberi anlamlı hale getirmektedir. Haberdeki bu anlamın etkeni olayın yayınlanmaya değer olur olmadığı ve bu habere ne derece önem verileceğinden geçmektedir. Bazı durumlarda ise olayın anlamı kendini belli etmemektedir. Buradaki anlamlılık ise olayın zaman ve mekan içindeki yankılarının yaygınlığına bağlıdır.

Anlam iletimi üzerine kurulu olan iletişimde salt söylenmek istenen, sözün doğru olduğu değildir. Çünkü iletişim paylaşma, ortak referanslar denilen ideolojik çerçeve içinde, yaratılmış belli imajlar üzerinde dil ve görüntülerle bir amacı gerçekleştirmek için yapılan girişimdir. Anlamlılık da bu çerçeve içinde gerçekleşir (Aslan, 2003:181).

1.2.4. Haberin Biçimlendirilmesi

Muhabir elindeki bilgilerle okuyucuya haberi sunmadan önce bir biçim oluşturmalıdır. Haber anlam bütünlüğü bozulmadan, herkesin anlayabileceği sadelikte, kendi görüş ve duygularından arınarak tarafsız bir biçimde yazılmalıdır. Okuyucunun dikkatini dağıtmamak için paragrafları kısa tutmalı ve teknik kelime ve cümlelerden de uzak durmalıdır. Yazının giriş cümlesi haberin devamının okunması açısından büyük önem taşımaktadır. Giriş cümlesi haber konusunun en can alıcı noktasından olmalı, kısa tutulmalı ve gerektiği kadar bilgiyi içermelidir. Çünkü okuyucu giriş cümlesini okuduktan sonra haberin devamını okuyup okumayacağına karar verecektir. Yazının basitlikten kurtulması için haberde gerekli yerlerde görsel malzeme kullanılmalı ve ara cümlelerle okuyucunun dikkati çekilmelidir. Gereksiz söz ve cümlelerden kaçınılmalı ve anlatım bozuklukları yapmamaya özen gösterilmelidir.

Haberin biçimlendirilmesi sürecinde önemli olan bir diğer konu ise haber yazılırken kullanılan sıfatlardır. Çünkü sıfatlar, duruma yorum katmakta, dolayısıyla kullanıcının kişisel görüşlerini ve değerlendirmelerini yansıtmaktadır (Yağbasan ve Demir, 2008:123). Haberin içeriğinde asıl amaç konunun yansız, yorumlara kapalı bir biçimde halka ulaştırılması olmalıdır. Bu nedenle haberlerde sıfat kullanımlarından uzak durulmalı ve kişisel görüşlere yer verilmemelidir.

Günümüzdeki yeni gazetecilik anlayışı geleneksel gazeteciliğin tam aksine gazeteciyi bilgiyi işlemek ve yorumlamadaki yeterliliği ölçüsünde başarılı saymaktadır (İrvan, 2003:59-62).

1.2.5. Haberin Yayımlanması

Haberin yayımlanması Kurt Lewin'in 1947 yılında İkinci Dünya Savaşı zamanında muhabirler için ortaya koyduğu "gatekeeper-eşik bekçisi" terimi ile açıklanır. Bu eşik bekçisi araştırmaları ilk kez ABD'de gerçekleştirilmiştir (Alver, 2007:84). Kitle iletişim araçlarıyla topluma nelerin haber olarak verilip verilmeyeceğine eşik bekçileri karar vermektedir (Güz, 2005:64).

Erdoğan ve Alemdar (2002:69), eşik bekçisi terimi yerine "kapı tutucu" terimini kullanırlar. Kapı tutucularının görevi bilgi yada ürün dağıtımı için bir iletişim kanalının bir kısmını kontrol etmektir. Robinson (1973:344), ilk eşik bekçisi çalışmalarında günlük gazetelerde redaktörün eylemlerinin incelendiğini ve çalışma haftası içinde haber ajanslarından gelen hangi haberleri kişisel nedenlerle seçip seçmediği belirlenmeye çalışıldığına vurgu yapmaktadır.

Eşik bekçisi yada kapı tutucularının denetiminden geçen haberde artık yapılacak iş halka yayımını sağlamaktır.

1.3. Haberin Nitelikleri

Başarılı olmak isteyen her gazete haberin okuyucuya iletilmesinde üç temel prensibe uymalıdır: Daima taze haber vermelidir. Daima belirli bir okuyucu kitlesine hitap etmelidir. Ve en önemlisi yazılan anlaşılmalı ve asla yanlış yoruma yol açmamalıdır (Hohenberg, 1963:39). Bu açıdan bakıldığında haber nitelikleri okuyucu için bel kemiğini oluşturmaktadır.

1.3.1. Nesnellik

Haber, gerçeğe sadık kalarak yazılmalıdır. Bu açıdan nesnellik, gerçeğin doğru olarak yazılması ve aktarılan olayın doğru olmasıdır. Haberde nesnelliğin sağlanması için olay ya da kurumla ilgili her iki tarafın da görüşlerine yer verilmelidir. Haberci, haberin içinde yer almamalı, sadece onu halka duyuran kişi olarak kalmalıdır.

Türkçede nesnelliğin karşılığında kullanılan "objektif" sözcüğü Fransızca kökenlidir. Nesnellik, yansızlığı, doğruluğu çağrıştırmaktadır. Haberde bireysel görüşlere, yanlı yaklaşım ve yargılara yer yoktur (Bülbül, 2000: 209). Haberde nesnellik, gazetecinin kendi eğilimlerini metnin dışında tutması ve haberi olduğu biçimde yansıtması, coşkulara yer vermemesi, yargıyı etkileyecek yayınlardan kaçınması ilkelerini içermektedir (Uçar, 2011:57). Nesnellik, taraflılık ve eğilimliğe bir

karşı duruştur (Çakır, 2007: 126). Bu da iyi eğitilmiş, kültür düzeyi yüksek, dürüst ve yetkili bir gazetecinin katkıları ile zenginleşen ve anlaşılır hale gelen haber üretmekle olur (Girgin, 1998: 24). Richard Rorty ise nesnelliği ikiye ayırarak tanımlar: "Konuyla ilgisiz düşünceler tarafından caydırılmayan bir tartışmanın sonucunda kabul edilen görüş özelliği taşıyan" ve "şeyleri gerçekte olduğu gibi yeniden sunan"dır (1980:334). Burada önemli olan etik kurallara uyularak yazılmış bir haberin şeyleri yeniden sunduğu ileri sürülebilir. Belsey ve Chadwick ise (1994:142), "mahremiyet sorunu gibi bazı karmaşık durumları bir kenara bırakırsak haberin önermesel içeriği öznel bir yorum olmadan, gerçekte yaşanan olaylara uyuyorsa, haber şok edici ve rahatsız edici olsa da ahlaksızca veya haksız sayılmamalıdır" diyerek etik ilkelere uymanın haberi zaten nesnel biçimde yazacağına vurgu yapmaktadır.

Kant'a göre de günümüz insanı, aklının söylediğinin yanı sıra, duygular, tutkular, arzular gibi başka faktörlerden de etkilenmektedir (Nuttoll, 1997:228). Fakat muhabir, olaylara değer yargılarıyla yaklaşmamalı, iyi, kötü nitelemelerinden uzak durmalıdır. Muhabirin tavır nedeniyle haberin oluşturulma sürecinde, editörün tavır nedeniyle de yayınlanma sürecinde nesnellikte tercihler öne çıkabilmektedir. Öznelliği yaratan etmenler de önyargı, duygusal değerlendirme ve değer yargılardır (Aslan, 2003:171). Objektif haber vermenin önde gelen savunucularından sayılan Samuel Bowles, "Haberlerini yazan gazeteci, kendi fikrini çelişen kaynakların görüşlerinden ayrı tutmalıdır. Zaten, temel olan haber (news of fact) ile fikrin (news of opinion) birbirinden ayrılmasıdır" diyerek nesnelliğe vurgu yapmaktadır (Roscho, 1975:40).

UNESCO himayesinde 1-3 Nisan 1980'de uluslararası ve bölgesel gazetecilik örgütleri Mexico City'de toplanarak gazetecilikte barış ve özgürlük gibi konularda bir bildiri yayınlamışlardır. Toplantı sonucunda Mexico Bildirgesi yayınlanmıştır. Bildirgenin ilk maddesi nesnellikle ilgilidir. "1. İlke :Kişilerin doğru Enformasyon Hakkı: Kişi ve bireylerin kesin ve kapsamlı enformasyon araçlarıyla gerçekliğin nesnel bir resmini edinmenin yanı sıra kendilerini çeşitli kültür ve iletişim araçlarıyla özgürce ifade etme hakları vardır" (UNESCO; 2010:27).

Genel olarak toparlayacak olursak haberde nesnelliğin oluşması için bazı ölçütler bulunmaktadır:

- Olayla ilgili verileri toplarken, bunları haber olarak düzenlerken, yayına verirken ya da antene çıkarırken kesinlik ve doğruluk ilkelerine uymak,

- Haberde, içerikten ayrılmamak koşuluyla ana hatları aynen aktarmak,

- Olayın farklı yönlerini işlerken yansız ve dengeli olmak,
- Haberle yorumu birbirinden ayırmak ve verileri buna göre değerlendirmek,
- Haberi yazanın, kendi görüşünü, yorumunu ve tutumunu içeriğe yansıtmamak,
- Haberi düzenlerken, hınç alma duygularından, yanlı ve aykırı tutumlardan uzak durmak (Bülbül, 2000: 210).

Gazeteci duygusallığının etkisinde kalabileceği gibi ayrıca, ekonomik, siyasi ve ideolojik etkilerin altında da kalabilir ki çoğu zamanda kalmaktadır. Bunlardan tamamen soyutlanan gazeteci bulmak çok zordur (Uçar, 2011:58).

1.3.2. Doğruluk

Haberin doğru olması, haberde verilen bilgilerin doğru olması anlamına gelir. Yani yalan bilgi haberde yer almamalıdır. Bu hem haberi yazan hem de yayımlayan kurum açısından önemlidir. Yalan, kulaktan dolma bilgilerle oluşturulan haber, var olanın dışında farklı anlamlara yol açar.

Haberi kaynaktan ilk almak kadar doğru olarak almak da önemlidir. İlk vermek adına doğruluktan vazgeçilmesi, etik sorunların yanı sıra izleyiciyi yanlış bilgilendirmeye yol açar. Kaynağı belli olmayan bilgi aktarılmamalı, gerçekleşmemiş dedikodu niteliğindeki bilgilere yer verilmemelidir (Aslan; 2003:157). Amerikalı yazar George A. Hough (1994:66), bu konudaki yaklaşımını şöyle dile getirmektedir: “Amerikan gazetecileri ya da yayıncıları, olayları dikkatle gözler, çoğu kez kendi gözlemleri ile yetinmeyip, olayı izleyen başka insanların görüşleriyle karşılaştırır, gözlemler arası bir paralellik sağlandığı zaman, konuyu haber haline getirir”.

Haberde doğruluğu etkileyen bir başka unsur da haberin kaynağıdır. Haber kaynağının olmadığı bilgiler yayınlanmamalıdır. Haber kaynağı ile ilgili çalışmalar ve haberin doğruluğu tartışmaları gelişmiş ülkelerde daha sık rastlanılan bir olgudur. Ancak yayın organlarının çok kuvvetli oluşu, kamuoyunun, kitle haberleşmesi araçları ile yönlendirilmesi ister istemez kısa sürede okurun doğru ile yanlış haber arasında bir ayrım yapmasına olanak vermektedir (Demirkent, 1982: 122).

1.3.3. Anlamlılık

Anlam iletimi üzerine kurulu olan iletişimde salt söylenmek istenen, sözün doğru olduğu değildir. Çünkü iletişim paylaşma, ortak referanslar denilen ideolojik çerçeve içinde, yaratılmış belli imajlar üzerinde dil ve görüntülerle bir amacı

gerçekleştirmek için yapılan girişimdir. Anlamlılık da bu çerçeve içinde gerçekleşir (Aslan, 2003:181). Anlamın etkenleri çok sayıda olsa da, bir olayın yayınlamaya değer olup olmadığına ve olaya ne kadar önem verileceğine karar vermek için hızla yapılan bir analiz çoğu zaman yeterli olur. Gazeteci, her zaman bir olayı azami doğrulukta ele almaya hazır olmak zorundadır (Gaillard, 1991:35).

Haber metinlerinde anlam, üretilen bir şeydir. Herhangi bir yazıda tırnak işaretlerinin kullanılması, sözcüklerin her zaman aynı anlama gelmediklerini, birden çok anlama işaret edebileceğini göstermektedir. Bu çerçevede haber metni üretilirken ve okurlar tarafından anlamlandırılırken bir sözcük birden çok anlama işaret edebilmektedir. Bu da haber dilinin asla yansız olamayacağını ve gerçeği aktardığı düşünülürken bile onu belirli anlam kalıpları içerisinde yeniden dönüştürülebileceğini göstermektedir (İnal, 1999:13).

Sonuç olarak haber, okunduktan, izlendikten, ya da dinlendikten sonra, verilmiş bilgilerin yeterliliği nedeniyle, ilgili hiçbir soru sorulmayacak biçimde işlenmiş olmalıdır (Girgin,2005:16).

1.3.4. Kesinlik

Haberde yer alan bilgilerin doğruluğunun kesinliğinden ve kuşku götürmezliğinden emin olunması anlamına gelmektedir. Okuyucunun kafasında, haberi okuduktan sonra herhangi bir soru işareti bırakılmamalıdır. Okuyucuyu ikna etmeye yarayan kesin ifadeler, haberin etkinliğini artırır. Kesinlik, bir bilginin ya da kanaatin şüpheye düşmeden onaylanması durumunu getirir. Kesinlik sayesinde, haberlerde gelişigüzellik önlendiği gibi, gereksiz tekrarlar ve bölük pörçük ifadelerden de kaçınılmış olunur (Tokgöz, 2003: 118).

1.3.5. İlgi

Kişinin ilgisini çekme olgusu, haberin içeriği ve hedef kitleleri bakımından değişen bir değer ifade etmektedir. Üstelik çoğu kez de sübjektif bir görüşe dayanmaktadır (Bülbül, 2000: 115).

İnsanlar arasında arzu, nefret, mizah, cimrilik, korku, sevgi, kıskançlık, sempati, bonkörlük, cimrilik, gazap ve benzerleri daima haber aynasın da yansır. İnsanın ilgisini çeken konular genellikle çatışma, kuşku, karışıklık ve olağan dışılık bulunmasıdır (Tokgöz, 2003: 207). Bugünün dünyasında kültürel üretimin de büyük ölçüde medya

tarafından belirlendiğini vurgulayan testler, medyanın her şeyi başlı başına ilginç olarak sunduğu belirtilmektedir (Tılıç, 1998: 172).

1.4. Haberde Başlık ve Haber Girişleri

Haber başlıkları haberin devamının okunması için kilit görev gören en önemli özelliktir. Okuyucuya haberle ilgili ilk bilgiyi verir ve bir nevi haberin tamamlayıcısı niteliğini taşır. Haberin tamamlayıcı görevi olduğu için haber başlığı da haberin kendisi gibi tarafsız olmak zorundadır. Çünkü taraf tutulduğu sezilen yada açıkça gösterilen bir haber başlığı önyargı oluşturacağından okuyucu haberin devamını okumak için ilgili olmayabilir. Böyle bir duruma maruz kalmadan okuyucuyu içine çekerek haberin devamını okumasını sağlayan başlık başarılı bir başlık sayılmaktadır. Bunun yanında tiraj kaygısı da başlığı etkileyen en önemli unsurlardandır. Tiraj yapma amacında olan büyük günlük gazetelerde başlık bilgilendirme işlevinden büyük ölçüde uzaklaşmıştır (Ayaz, 1997:46). Haber başlıkları aynı zamanda biçimsel olarak çarpıcı ve okuyucunun dikkatini çeken tasarımlarla günümüzde daha da önem kazanmaktadır. Sekiz sütuna büyük haber başlıkları (genellikle manşetlerde kullanılmaktadır) farklı yazı karakterlerinin seçimi sayesinde haber başlıklarının işaret ettiği konuların önemini belirlemekte, bir bakıma yine haberlerin ana temasını önceden vermektedir (Kanber, 2003:72). Ekrem Dumanlı (2003:44), "Bağıran manşetler efsanesi gazetecilikle neredeyse eşanlamlı hale getiriliyor. Yani 'manşetten vurdukça' daha etkin gazete havasına giriliyor" diyerek bu konuda yapılan yanlışa da işaret etmektedir.

Haber başlığının haber metni ile uyumlu olması gerçeği çoğu zaman göz ardı edilmektedir. Haber başlıklarının metin içerikleriyle uyumlu olması, birçok ülkenin basın ahlak yasasında yer almıştır. Bu konuyla ilgili olarak, Norveç "Gazeteci Dikkat Et" Yasası'nda, "……Haber başlıklarının, haber içeriğine tamamen uymasına dikkat edin" hükmü bulunmaktadır. Amerikan Gazete Editörleri Cemiyeti tarafından kabul edilen Gazetecilik Kuralları'nda da, "Başlıklar, üstünde yer aldığı yazıların içeriğine tamamen uymalıdır. Doğru uygulama, haber raporlarıyla fikir beyanları arasında kesin bir ayrım yapılmasını gerektirir. Haberler, fikir beyanlarından ve her türlü taraf tutmadan arınmış olmalıdır" denir. Türkiye'de 1960 yılında kabul edilen bu konudaki Basın Ahlak Kuralları'nda şu ifadeye yer verilmektedir: Madde 5: "Haber başlıklarında, haberin ihtiva ettiği hususlar tahrif edilemez" (Türk Basın Yayın Mevzuatı: 591).

Gazetede başlıkların işlevleri ve özelliklerini Dağlı kısaca şöyle özetlemektedir (1995:103):

- Okuyucunun dikkatini çekmek

- Olayın özetini vermek

-Olaylar arasında önem derecesini belirlemek

-Gazeteyi okuyucu için çekici hale getirmek.

Yazılan her yazının birinci unsuru girişi olduğu için haber metninin de girişi o metnin birinci unsurudur. Haber girişi en temel bilgilerden olmalı ve konuyla ilgili bilgiyi açık ve net biçimde ve çarpıcı şekilde vermelidir. Çünkü bir haberin giriş cümlesi okuyucuyu ilgilendirirse haberin okunmasını da beraberinde getirecektir. Okuyucu haberin tamamını okumasa bile giriş cümlesinden konuyla ilgili bilgi sahibi olmalıdır. Giriş cümlesinde haberin en can alıcı yönüne vurgu yapılmalı ve bunda amaç okuyucunun ilgisini çekip haberi okunur kılmaya çalışmak olmalıdır. Melvin Mencher'e göre; muhabir etkili bir giriş için iki soru sormalıdır. Bunlar; "Bu olayı eşsiz ya da çok önemli, olağandışı kılan şey nedir?, "Olaya kim karıştı, kim söyledi" (Eryılmaz, 2003:187).

Haber metninde üzerinde durulan olay ve olgular haberin söylemsel kurgusu içerisinde giriş cümlesinde özetlenmeye çalışılır ve metin akışı içerisinde önemliden önemsize doğru ayrıntılar aktarılır (Kanber, 2003:74). Haber girişinin özellikle 5 N ve 1 K kuralına dikkat edilerek yazılması, doğruluk, açıklık, kesinlik, sadelik gibi haberin unsurlarına uyulması, haber girişinde yer alacak en önemli noktalardır.

1.5. Haber Kaynakları

Curran (1980:29), haber kaynaklarını üçe ayırır: 1) Sürekli yeni bilginin aktığı haber ajansları, 2) Editörlerin muhabirleri basın açıklamalarından, gelen istihbaratlardan ve ajandalara kayıtlı özel olay ve günlerden bir şeyler hazırlamaları için yönlendirdiği haber merkezleri ve 3) kurumların özel haberler bulup çıkaran uzman muhabirleri.

Gazeteciler habere ulaşmak için farklı yollar seçerler. Çünkü bazı haber kaynaklarını ikna etmek ve haberi kaynağı ile beraber yayınlamak oldukça zordur. Böyle durumlarda Türk gazetecilerinin hiç onaylamadıkları ve hassas davrandıkları haber alma yöntemi şantaj ve gizli kaynağı açıklamadır (Öke, 1994:85). Gizliliğe uymamak, haber kaynağının verdiği bilgileri çarpıtmak, haber kaynağına şantaj yapmak ya da haber kaynağını tehdit etmek gazetecinin ahlak anlayışını ortaya koyacaktır.

Birçok etik ilkeler de haber kaynağı ve gazeteci arasındaki ilişkiye dikkat çekmişlerdir. Bunlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz:

Basın Meslek İlkeleri: Madde 7: "Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz" (Bkz: Ek 2).

Madde 11: "Gazeteci kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın, kamuoyunun kişisel, siyasal, ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır."

Türkiye Gazetecileri Hak Ve Sorumluluk Bildirgesi İlkesi: Madde 9: "Gazeteci, kendisine güvenilerek verilmiş bilgilerin, belgelerin, kaynaklarını kendisine izin verilmediği müddetçe, mesleki gizlilik ilkesi uyarınca hiçbir şekilde açıklamaz" (Bkz: Ek 3).

ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği İlkesi: "Gazeteciler tüm kaynaklardan elde edilen bilgilerin doğruluğunu araştırmalı ve dikkatsizlikten kaynaklanan hatalardan kaçınmak için çaba göstermelidirler. Bilinçli çarpıtmalara asla izin verilmez" (İrvan, 2001).

Talloıres Bildirgesi: "Gazetecilerin resmi ya da gayri resmi, farklı haber ve düşünce kaynaklarına erişimi, kısıtlanmamalıdır. Bu erişim halkın enformasyona erişiminden ayrılamaz" (Uzun,2010:34).

Doğan Holding Yayın İlkesi: Madde 15: "Haber kaynağının –kamuoyunu yanıltmayı amaçladığı haller hariç- gizliliğine azami saygı ve titizlik gösterir" (Uzun, 2009:323).

Bazı ülkelerde bu etik kodlar artık çok kullanılmamaya başlanmıştır. Çünkü haber kaynağı ile ilgili bu ilkeler kanunlarla teminat altına alınmıştır. Ayrıca, gazeteciye haber kaynakları tarafından gizli kalması veya belli bir süreyle geciktirilmesi için verilen bilgilerde de bu etik kural geçerlidir. Yine gazetecinin bir devlet sırrını, yapılan görevle ilgili gizli hususları, endüstriyel sırları veya kişisel özgürlük alanına giren mahrem konuları yayınlaması da gizliliği ihlal içerisine girmektedir (Demir, 2005).

Günümüzde henüz çok yaygın olarak kullanılmayan "çek defteri gazeteciliği" de haber kaynağıyla alakalı olarak tartışılan bir kavramdır. Çek defteri gazeteciliği gazetecinin haber kaynaklarıyla ilişkisini paraya dayandırmasından kaynaklanmaktadır. Bu konuda Ruhdan Uzun (2009:96), iki türlü ilişkiden söz eder: "Birincisinde gazeteci haber yapacağı enformasyon, fotoğraf yada görüntü için haber kaynağına ödeme yapar. İkincisinde haber kaynağı....gazeteciye ödeme yapar." Burada önemli olan her iki

durumda da gazetecinin önemli bir habercilik ilkesi olan yayıncılığı hiçe sayması ve haberciliği para ile alınıp satılan bir meta haline dönüştürmesidir.

Apps, haber kaynaklarının gizli tutulması konusunda, kaynakların kimlikleriyle değil de sağladıkları bilgiyle ilgili olduğunu savunur: “ gizli kaynakları korumaktan söz eden belli başlı İngiliz ve Amerikan kodlarında bu konu pek yer almaz, ama Avustralyalı Gazeteciler Birliği’nin kodunda kişilerin isteği üzerine gizliliğe saygı gösterilir denir” (1990:122). Doğru habercilik ve dürüst gazetecilik, haber kaynaklarının özellikleriyle de yakından ilgilidir. Okuyucuya doğru haber sunabilmek, haber kaynaklarının güvenilirliği ve çeşitliliği ölçüsünde mümkündür (Ayaz, 1997:30).

İKİNCİ BÖLÜM

2. SAĞLIK İLETİŞİMİ VE SAĞLIK HABERCİLİĞİ

Günümüzde sağlıkla ilgili gelişmeler oldukça hız kazanmasına rağmen sağlıkla ilgili sorunlar hala devam etmektedir. Geçmişten günümüze olan süreçte sağlık sorunları değişmiş ve yerini farklı alanlara kaydırmıştır. Günümüzde sağlık sorunlarının temelinde; insanların yeni yaşam tarzlarını benimsemeleri, çevrenin değişmesi, endüstrileşme, politik siyasi gelişmeler gibi nedenler bulunmaktadır. Bu olumsuz değişimin nedenlerini en aza indirebilmek için yapılan yüksek harcamalar sağlık problemlerini önlemede ve kalitesini yükseltmede hala sorun yaşamaktadır. Bu problemlerin bir kısmının sağlık hizmeti sağlayanlar, halk ve halk sağlığı çalışanlarının çabaları ile bir kısmının da ülkelerin kendi içlerinde ve uluslararası ortak platformlarda birlikte verecekleri kararlarla azaltılmasının mümkün olduğu düşünülmektedir (Sezgin, 2010:105).

Yirmi birinci yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte bilgisayarların herkesin ulaşabileceği bir teknolojik alet olması, gelişen yazılım ve donanımlar, internetin yaygın olarak kullanılması ve bu yeni teknolojilerin hayatımızın içinde çabucak benimsenmesi; bireylerin sağlık bilgilerini edindikleri yolları ve birbirleriyle günlük hayatta kurdukları sağlık iletişimini de değiştirmiştir. Özellikle internetin çok sık kullanımı bireyler için sağlık iletişimini çok kolay elde edebilir hale getirmiş, hastalar için ise internette yer alan bilgiler bir sosyal destek halini almıştır. Bu durum olumlu gibi görünse bile internette yayınlanan her bilgi doğru bilgi değildir ve bu konuda bilgi kirliliği de gittikçe artmaktadır. Bunun sonucunda ise bireylerin yanlış yönlendirilmeleri gündeme gelmektedir. Tam da bu noktada, sağlık iletişimi devreye girmektedir ve durumu gittikçe kötüye giden sağlık anlayışı için önemli bir görev üstlenebilir. Bireyler üzerinde farkındalık yaratabilir, bireylerin dikkatini asıl sağlık konularına çekebilir ve ne yapmaları gerektiği üzerinde onları bilgilendirebilir. Sağlık iletişimi çalışmaları sayesinde sağlık okuryazarlığı da önemli gelişmeler kaydedebilir böylece bireyler kendilerini yanlış, hatalı ve yönlendirmeli haberlerden koruyabilirler.

2.1. Sağlık İletişimi Kavramı

Günümüzde sağlık iletişimi sadece hasta-doktor-hemşire ilişkisi olmaktan çıkmış daha geniş bir alanı kapsamıştır. Öyle ki tıp biliminin sağlıkla ilgili konulara artık tek başına yetişemediği görülmektedir. Bu durum ise bir disiplinlerarası iletişim kavramını gündeme getirmiştir. İşte sağlık iletişimi kavramı da bu noktada devreye girmektedir. İletişimde geçen halkla ilişkiler, medya kullanım araçları ve yöntemleri sağlık alanına uygulanarak tıp bilimine katkı sağlamaktadır. Özellikle de günümüzde 'stratejik iletişim yöntemi' olarak tanımlanan halkla ilişkiler, sağlık iletişiminde kullanılan bir yöntem olarak elindeki gücü "kamu yararı"na yönelik kullanabilmektedir (Çınarlı, 2008:39).

Sağlık iletişiminin tanımlamalarına baktığımızda ise çok farklı tanımlamaların karşımıza çıktığını görürüz. Nasıl ki iletişim kavramının üzerinde çok farklı tanımlamalar varsa iletişimin bir alt bilim dalı olan sağlık iletişiminin de genel bir tanımlaması yoktur. Genel olarak sağlık iletişimi, iletişimin bir alt sistemi olup insanların sağlıkla ilgili konulardan ne derece etkilendiğine, bu konuyu nasıl ele aldıklarına yöneliktir. Sağlık iletişiminde sağlıkla ilgili haberler ve bu haberlerin kamuoyunu etkileme düzeyleri en önemli noktaları oluşturmaktadır. Rogers (1996) sağlık iletişimini, "içeriği sağlık olan her türlü insan iletişimi" diye tanımlamaktadır. Bu tanımdan yola çıkılarak sağlık iletişimi konusunda insanlar arasında sağlıkla ilgili olguların etkileşiminin, bu iletişimin kapsamlarının ve sınırlılıklarının iletişim kuram ve uygulamalarına uygulamasını gerektirdiğini söylemek mümkündür. Sağlık alanında iletişim, sağlık hizmeti tüketicilerinin, sağlık riskleri ve tedavi seçenekleriyle ilgili enformasyon elde etme sürecidir (Çınarlı, 2008:40).

ABD'nin önde gelen sağlık kuruluşlarından CDC (Centers for Disease Control and Prevention-Hastalıkları Kontrol ve Önleme Merkezi) ise sağlık iletişimini, "sağlığı geliştirmek, kişilerin ve toplumun sağlıkla ilgili kararları üzerinde etkili olmak ve onları bilgilendirmek amacıyla iletişim stratejilerinin incelenmesi ve kullanımı" şeklinde tanımlamaktadır. Bu merkez ayrıca sağlık iletişiminin oynayabileceği birçok rolün de üzerinde durmuştur. "Bir sağlık konusu, sorunu ve çözümü hakkında bilgiyi ve farkındalığı arttırma; algılamaları, inançları, tutumları ve sosyal normları etkileme; harekete geçirme; becerileri öğretme ve geliştirme; davranış değişikliklerinin yararlarını gösterme; sağlık hizmetlerine olan talebi arttırma; bilgi birikimini, tutumları ve davranış şekillerini güçlendirme; mitleri ve yanlış anlaşılmaları çürütme; kurumsal ilişkilerin

birleşmesine yardım etme; bir sağlık sorunu veya bir nüfus grubu için savunuculuk sağlık iletişiminin oynayabileceği rollerden bazılarıdır" (Thomas, 2006: 1-4).

İngiltere'de sağlık iletişimi, sağlık hizmetleri ortamındaki hasta ile doktor arasındaki söz alışverişi olarak tanımlanırken, Avustralya'da, sağlık iletişiminin tanımı genişletilmiştir. Sağlık iletişimi, insan etkileşiminin sağlıktaki rolü ve sağlık hizmetleri ile ilgilenen aktif araştırma alanı olarak tanımlanmıştır. Alanın bu şekilde tanımlanması, sağlık hizmetleri alanında sağlık eğitimi, sağlığın geliştirilmesi, koruyucu ilaçlar, kurum iletişimi ve kişilerarası iletişim unsurlarını da bir araya getirmektedir (Lupton, 1994: 56). Schiavo (2007:8-10), sağlık iletişiminin en yaygın niteliklerini; anlam ya da bilgi paylaşımı, bireyleri ya da toplulukları etkileme, bilgilendirme, hedef kitleleri motive etme, bilgi alışverişinde bulunma ve davranış değişimi olarak sıralamakta ve nitelikleri açısından altı başlığa ayırarak incelemektedir. 1979'da, kabul edilen Healthy People 2010'nun amaçlarında, sağlık iletişimi ile ilgili bir tanımlama da bulunmaktadır (Parrott, 2004: 751): "Birey, kurum ve toplulukları, önemli sağlık konuları hakkında bilgilendirme, etkileme ve motive etme teknik ve sanatı. Sağlık iletişimi kapsamı hastalıktan korunma, sağlığın geliştirilmesi, sağlık hizmet politikası ve sağlık hizmeti faaliyetleri kadar, hayat kalitesini ve toplum içerisindeki bireylerin sağlığını geliştirme faaliyetini içermektedir." Hurrelman' a göre sağlık iletişimi, "Sağlıkla ilgili bakım sürecine dahil olan ve/veya vatandaş olarak sağlık hastalık ve resmi/kamusal sağlık politikasıyla ilgili olan; profesyonel hizmet sağlayıcısı veya hasta/müşteri olan insanlar arasında bilgi, görüş ve duyguların iletilmesini ve değiş tokuşunu içermektedir" (Weining, 2004:91). Ratzan ve arkadaşları ise sağlık iletişimini tanımlarken kişinin kendi zihninde oluşan şey ve kitle iletişimi düzeylerinin kullanıldığını söylemektedirler. Donohew ve Ray'e göre sağlık iletişimi, sağlıkla ilgili mesajların yayılması ve yorumlanmasıdır (1990: 4). Thomas, sağlık iletişiminin, iletişim ve sağlık arasındaki ara yüzü temsil ettiğini ve hem kişisel hem de kamusal sağlığın gelişmesinde artan bir şekilde gerekli bir öğe olarak görüldüğünü; bununla beraber sağlık iletişiminin hastalıktan korunma ve sağlığın geliştirilmesinin tüm yönlerine katkıda bulunabileceğini belirtmektedir (Thomas'tan aktaran Sezgin, 2010:114). Sağlık iletişimi, geniş popülasyonların sağlık uygulamalarını pozitif yönde etkilemek için sistematik girişimdir. Sağlık iletişiminin birincil amacı sağlıkla ilgili uygulamalarda ilerleyebilmektir (Clift ve Freimuth,1995:68,74). Sağlık iletişimi, iletişim teknik ve teknolojilerinin, bireyleri, popülasyonları ve kuruluşları etkilemek için kullanılmaktadır.

Bu iletişim, sosyal pazarlama, risk iletişimi, davranışsal karar kuramı, eğlendirirken eğitim, medyada savunuculuk ve etkileşimli karar sistemlerini etkilemektedir (Maibach ve Holtgrave, 1995:219). Sağlık iletişimi ayrıca, sağlık kurumlarındaki (doktor, hasta, hasta yakını, hemşire, hastabakıcı, vb. arasındaki) iletişimi araştıran bir iletişim alanıdır (Mutlu, 2012:263). Sağlık iletişimi, halkı sağlık endişeleri hakkında bilgilendirmek ve önemli sağlık konularını kamunun gündeminde tutmak için kilit bir stratejidir (Sağlığın Teşviki Geliştirilmesi Sözlüğü, 2011:8). Okay ise sağlık iletişimini şöyle tanımlamaktadır: "sağlık konusuyla ilgili kişi veya grupların, ilgili hedef gruplara yönelik gerçekleştirdiği iletişim şeklidir" (2012:21). Erbaydar ise "Hastalığın tedavisinde iyi yazılmış bir ilaç reçetesi ya da iyi yapılmış bir operasyon bir yere kadar işe yarayabilir. Ancak sağlıklı davranışların yaygınlaşabilmesi bu davranışları insanların kendilerince benimsemelerine bağlıdır. sağlık mesajlarının insanlara en rahat algılanır ve anlaşılır biçimde, onların gereksinimlerine dil ve kültürel yapılarına en uygun içerik ve yöntemlerle verilmesine bağlıdır" diyerek genel olarak toplumla bir iletişim içerisinde olunması gerektiğini söylemektedir (2003:47).

Sağlık iletişiminde önemli olan bir konu ise sağlık davranışıdır. Sağlık davranışını daha iyi açıklayabilmek için sağlıklı yaşama biçimine göz atmakta fayda vardır. Sağlıklı yaşam biçimi, bireyin sağlığını etkileyebilecek davranışlarını kontrol edebilmesi, günlük aktivitelerini düzenler iken kendi sağlık durumuna uygun davranışları seçmesi olarak tanımlanmıştır. Bu davranışları tutum haline dönüştüren birey, sağlıklı olma halini sürdürebildiği gibi, sağlık durumunu daha iyi bir düzeye getirebilir (Zaybak ve Fadıllıoğlu, 2004: 77). Beslenme, stres yönetimi, egzersiz, tinsellik, kişiler arası ilişki ve sağlık sorumluluğu sağlıklı yaşam biçimi davranışları arasında sayılmaktadır (Vural, 1998:39). Sağlık davranışı tam da bu noktada devreye girmektedir. Çünkü bireylerin sağlıkla ilgili yaşadıkları onların sağlık davranışlarını oluşturmaktadır. Sağlık davranışı; sağlık, sağlığın korunması ve sağlığın geliştirilmesi ile ilgili davranışlar bütünüdür (Oran:2004). Sağlığın daha iyiye götürülmesi ya da başka bir deyişle sağlığın geliştirilmesi herhangi bir hastalık yada bozukluğu önlemeye yönelik olmayıp, bireyin genel sağlık ve iyilik durumunu daha da iyileştirmeyi amaçlar (Pasinlioğlu ve Gözüm, 1998:60-68). Sağlığı geliştirmeye, sağlıklı yaşam biçimi davranışları veya aktiviteleri sergilemekle katkıda bulunur. Sağlıklı yaşam biçimi davranışları veya aktiviteleri kendini gerçekleştirme, sağlık sorumluluğu, egzersiz, beslenme, kişilerarası destek ve stres yönetimidir (Altun, 2002:41). Sağlık davranışı

tanımlarından yola çıkarak şunları söylemek mümkündür: sağlık iletişiminin geliştirilmesi, daha iyi bir sağlık iletişimi için öncelikle bireylerin kendilerini sağlık davranışı konusunda bilinçlendirmesi gerekmektedir. Sağlık davranışı sonucunda bireyler sağlıkla ilgili konulara yaklaşımlarını değiştirecek ve bakış açıları genişleyecektir.

Sağlık iletişimi tanımlamaları toparlanacak olunursa, sağlık iletişimi, bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeylerinin arttırılıp bilinçlendirilmeleri, sağlıkla ilgili konularda farkındalıklarının gün yüzüne çıkartılması, bilgiye olan ihtiyaçlarının giderilmesi, sağlık haklarının tanınması, teknoloji ve iletişim alanındaki gelişmelerden haberdar olmaları ve bunları doğru kullanmaları olarak ifade edilebilir.

2.1.1. Sağlık İletişiminin Özellikleri

Sağlık iletişiminin kendine özgü olarak tanımlanamayacak bazı temel özellikleri vardır (Schiavo, 2007: 12-21). Schiavo'ya göre hedef kitle merkezli olan sağlık iletişiminde amaç sadece hedef kitleye yönelik planlar, kampanyalar yapılması değildir, aynı zamanda sağlık konularının incelenmesi, kültüre uygun ve uygun maliyetli çözümler bulunmasıdır. Bunun için öncelikle geleneksel araştırma tekniklerine dayalı, kapsamlı bir araştırma gerekmektedir. Bu yaklaşım, durum analizi ve hedef kitlenin belirlenmesidir (Sezgin, 2010:118). Sağlık iletişimi bunların yanı sıra birçok bilim dallarından yararlanmakta ve disiplinler arası çalışmalar yapmaktadır. Sadece kendi içinde, dışa kapalı, tek bir kural, kuram yada önermeye dayanmayarak çalışmalarını sürdürmektedir. Yukarıda sezgin'in belirttiği hedef kitlenin, yapılacak olan her çalışmaya katılımları sağlanmakta ve çalışmalardan elde edilecek bulguların en iyi sonucu vermesi için her türlü durum göz önünde tutulmaktadır. Burada ise hedef kitlenin yani bireylerin sağlık konularında kendilerini daha güvende hissetmelerini, sağlıkla ilgili gelişme ve bulgulara güvenmelerini sağlamış olmak amaçlanmaktadır. Bu amaçtan hareketle, mesajların hedef kitleye yönelik olması ve hedef kitleye en etkili biçimde ulaşacak kanalları kullanması, her hedef kitle için aynı yaklaşımın kullanılmaması gerekir. "İnsanların ne yapmalarını istiyorsunuz?" sorusu, sağlık iletişim programları planlanırken sorulması gereken ilk sorudur (Schiavo, 2007: 12-21).

Sağlık iletişiminin yapabileceği çalışmalar oldukça geniş bir alana yayılmıştır: Sağlık konularına bireylerin daha çok ilgi göstermelerini sağlamak ve bu konudaki yanlış görüşleri, uygulamaları değiştirmek, yeni sağlık standartları oluşturmak bunun

için gerekli olan çalışmalara hız vermek; sağlık hizmetlerine olan talebi arttıracak kazançları ve davranış değişikliklerini göstermek; hastalık teşhisi, tedavisi ve önlenmesi konusunda toplumu bilgilendirmek ve güvenmelerini sağlamak; yeni sağlık hizmetleri ve sağlık alanında kullanılan ürünler için ortam hazırlamak; sağlık çalışanlarıyla-hasta ilişkilerini, iyileştirmek olarak sıralanabilir.

Sağlık iletişiminin yapamayacaklarının olduğunu da göz ardı etmemek gerekmektedir. Yerel altyapı ve beceri eksikliğini karşılamak; tedavi ve önlem eksikliğinin ve teşhis yetersizliğini telafi etmek; sağlığa ilişkin tüm konularla ilgilenmede ya da tüm mesajları iletmede eşit derecede etkili olmak sağlık iletişiminin yapamayacakları olarak ifade edilebilir (Schiavo, 2007: 26-27). Bunlara ek olarak sağlık konularına teknolojik gelişmelerle erişiminin artık çok kolay olması sağlık iletişiminin sorunları tek başına çözemeyeceğini de göstermektedir.

Sağlıklı bir iletişimin en önemli özelliklerinden biri de hasta-hekim arası ilişkilerde kendini göstermektedir. Sağlıklı bir iletişimin gerçekleşmesi ve doğru kararların alınabilmesi için, doktor-hasta ilişkisinin bir arkadaş ilişkisi formatında olması gerekir. Hastanın sağlığıyla ilgili olarak, kaygılarını ve şikayetlerini doktoruna açık ve net bir şekilde aktarması, doktorun da sağlık konusundaki bilgilerini hastaya açık ve anlaşılabilir olarak iletmesi gerekmektedir (Yağbasan ve Çakar, 2006:614).

Sonuç olarak, her ülkenin kendine özgü bir sağlık politikası ve uygulama alanları vardır. Ülkelerin çalışmaları da bu alanlara göre farklılık göstermektedir. Bazı ülkelerde açlık, hastalık gibi sorunlara daha çok eğilim gösterilirken bazı ülkelerin refah düzeyleri daha iyidir ve sağlık politikalarına, sağlık okuryazarlığına olan eğilim daha fazladır. Bu nedenle her ülke kendi sağlık politikalarının özelliklerine göre sağlık iletişimi çalışmalarını sürdürmelidir.

2.1.2. Sağlık İletişiminin Tarihi Gelişimi

Sağlık iletişiminin tarihi gelişimine baktığımızda çok gerilere gidilmediğini görmekteyiz. Sağlık iletişimi ilk olarak Kuzey Amerika'da 1970'li yıllardan itibaren gelişmeye ve yaygınlaşmaya başlamıştır. Lupton, otuz yıl öncesine kadar, sağlık iletişimi alanında, nadiren bilimsel çalışma veya uygulamalarının yapıldığını; ancak 1980'ler ve 1990'ların başında, araştırma ve uygulamaların artmaya başladığını ifade etmektedir (1994:56). Thomas'ın (2006:39) ifadesine göre, II. Dünya Savaşı'ndan önce sağlık, genellikle Amerikalılar tarafından bir değer olarak değil, diğer refah kavramları

ile birlikte ele alınmış; savaşı takip eden yıllarda, kişisel sağlık, gelişen bir kaygı haline gelmiştir. Yirminci yüzyılın sonlarına doğru ise sağlık, Thomas'a göre, Amerikalılar için büyük bir "takıntı" halini almış, yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan Amerikan değerleri, bu endüstrinin gelişimine ivme kazandırmıştır. Amerikalıların gençlik, güzellik ve kendini gerçekleştirme üzerine verdikleri değer, sağlık hizmetlerinin rolünün genişlemesine daha fazla katkıda bulunmuştur. Henüz olgunlaşmamış sağlık sisteminin, Amerikan değerlerine değinmedeki kabiliyeti, ekonomik, politik ve eğitim kurumlardan destek toplaması, bu yeni kurumsal formun yükselmesini garanti altına almıştır.

ABD'de, 1971'deki Stanford Kalp Hastalıklarından Korunma Programı'nın (SHDPP- Stanford Heart Diease Prevention Programme) yayınlanması, sağlık iletişiminin başlangıcında bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Rogers, korunma kampanyasına ait verilerin, kalp hastalığının başarılı olarak azaltıldığını göstermesi sonucu, programın 1980'lerde daha da genişletilmesine neden olduğunu ifade etmektedir (1994: 209). İletişimin sağlık hizmetleri ve sağlığın geliştirilmesindeki rolü ile ilgili literatürün artmasıyla; iletişimin sağlıktaki rolünü inceleyen akademisyenler, 1972 yılında Uluslararası İletişim Derneği'nin (International Communication Association-ICA) Tedavi Edici İletişim (Therapeutic Communication) ilgi grubunu kurmuşlardır (Kreps vd., 1998: 8). Reardon, 1988 yılında iletişimin, hangi şartlarda insanları ne yönde, nasıl motive edeceğini incelemiştir. Aynı yıl Pettegrew ise farklı olarak sağlık iletişiminin önemi üzerinde durmuş ve sağlık iletişiminin sadece bilgi aktarmasının yeterli olmadığını belirtmiştir (Donohew ve Ray, 1989:3,6). Lawrence, 1989 yılında, Erlbaum Associates, Health Communication adıyla konu ile ilgili ilk hakemli dergiyi çıkarmıştır (Thompson, 2003:2).

Avrupa'da ise sağlık iletişimi, Amerika kökenli bir disiplin olarak görülmekte ve bu 'sosyal iletişim' adı altında geliştirilmektedir. Toplumda oluşan demokratik ortam, sağlıklı ve verimli yaşam alanları, ve yaşamın kalitesi, güvenlik düzeylerinin geliştirilmesi ve ferah bir ortamın oluşturulması gibi değerler sosyal iletişimi oluşturmaktadır. Fransa'da ilk sosyal iletişim çalışmaları 1970 yılında otoyol güvenliği ile ilgili olarak başlamış, daha sonra da enerji tasarrufu ve sağlık eğimi konularında devlet tarafından gerçekleştirilmiştir. 1992'de toplam 77 enformasyon, halkla ilişkiler kampanyası ile ilgili çeşitli yayınların basılması gerçekleştirilmiştir (Çınarlı, 2008:49).

Türkiye'de sağlık iletişiminin durumunu ise Erdoğan şu sözleriyle açıklığı kavuşturmuştur: "Türkiye gibi ülkelerde tıp fakültelerinde sağlık iletişimi öğretimi ya yoktur ya da iletişimi araca indirgeyen ve iletişimle arasında yanlış bağ kuranlar tarafında verilir" (2002:6). Türkiye'de sağlık iletişimi, daha çok hastanelerin halkla ilişkiler bölümlerinde doğru bilgi tanımlamaları yapılmadan kullanılmaktadır. Yapılan çalışmalarda iletişim uzmanları çok az yer almakta bu da yeterince doğruluğu kapsamamaktadır. Sağlıkla ilgili kampanyalarda olsun, bilgilendirme faaliyetlerinde ve daha birçok konuda olsun iletişim uzmanlarıyla daha fazla iş birliği içine girilmeli, çalışmalar birlikte konunun uzmanlarıyla beraber yürütülmelidir.

2.2. Sağlık Haberciliği Kavramı

Sağlık haberciliği, sağlık enformasyonunun basın ve elektronik ortamda sunulmasıdır (Karagöz, 2012: 38). Sağlık ve tıp konusunda medyada yer alan haberler, yayınlar, bunlarda sunulan bilgiler okurun ilgisini çeker. Merak ve öğrenme isteği temel dürtüdür. Çünkü yaşam ve sağlık insanlar açısından son derece önemlidir. Bunun için insanlar sağlık ve tıp haberlerini ve yayınlarını dikkatle okurlar ve izlerler, dahası çevrelerine aktarırlar. Tam bu noktada haber ve yayınlarda dikkat edilmesi gereken noktaları vurgulamak, bu alanda çalışan kişi için bir görev sayılmalıdır (Yıldız, 2006:38).

Sağlık mesajları genellikle sağlıkla ilgili yanlış davranışların sonuçlarını; korku, endişe, suçluluk duygusu yaratacak biçimde iletmektedir. Bu uygulamalar motivasyon yaratmaya ve tutum değiştirmeye etkili olmakla birlikte, bazen de bumerang etkisi yaratabilmektedir. İnsanlar yakınlarının ve sevdiklerinin sağlıklarıyla genellikle kendi sağlıklarından daha çok ilgilenmektedirler. Örneğin hamileler sağlam ve sağlıklı bebek sahibi olmak için sağlıklarına dikkat ederler. Konu bebeklerinin sağlığı olduğu zaman, her türlü sağlık bilgisini edinmek ve tutum değiştirmek için kolaylıkla motive olmaktadırlar. Sağlık iletişiminde insanların bu özelliği her zaman dikkate alınmalıdır. İnsanlar eskiye oranla sağlıklarına daha çok önem vermektedirler. Bunun nedeni ise daha sağlıklı bir yaşam sürmek ve daha uzun süre yaşayabilme isteğinden gelmektedir. Normal sağlık alanlarında verilen bilginin yanında alternatif tıpa da verilen önem gün geçtikçe artmaktadır. Bunun nedeni sağlık haberlerine güvenin azalmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca ilaçların yan etkilerinin insanda bir yeri düzeltirken başka yerlerini hasara uğratmasındandır. Örneğin; Kalidomid adlı ilacın 2. Dünya Savaşı

sonrasında kullanımında binlerce çocukta kol anomalileri yaptığı görülmüştür. Ama aynı ilaç şu an AIDS için tekrar ruhsatlandırılmıştır (Dizdar, 1999:30-31).

Prof. Dr. Osman Müftüoğlu'da (2006) sağlık haberciliği konusunda şöyle demektedir: "Son on yılda medyada sağlık, beslenme ve hastalık haberlerinde tam bir patlama yaşanıyor. Sağlık haberleri medyada her yıl biraz daha artan oranda yer bulacak. Yaşam süresi beklentisi uzadıkça, refah düzeyi iyileşip yaşam kalitesi arttıkça bu beklenen gelişme, sağlığa ayrılan sayfa ve sürelerin artması olacak." Bu durum bilgi kirliliğine de dikkati beraberinde getirmektedir. Sağlık haberlerini ciddi bir denetim ve elekten geçirdikten sonra yayınlamak gerekmektedir; çünkü bilgi kirlenmesi, yanlış bilgilendirme tehlikelerini de beraberinde getirmektedir.

Bilim adamlarının güzelliğin, aşkın, mutluluğun, evliliğin ne kadar süreceğinin veya görünmez olmanın formülünü bulduklarını ileri sürdükleri "bilimsellikten uzak tuhaf haberler", insanın küçük bir laboratuar faresi ile aynı özelliklere sahip oldukları varsayılarak; henüz araştırmalar kesin sonuca ulaşmadan aktarılan sansasyonel "mucize-büyük buluş haberleri" (örneğin yeni tedavi yöntemleri, tıp teknolojisindeki gelişmeler gibi) tıbbileştirilmiş ve metalaştırılmış sağlık haberleri, haberciliğin bilgilendirme, tarafsızlık ve nesnellik ilkelerinden uzak haberler; bilim ve sağlık haberciliğinin son derece özenle yapılmasına duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır (Çınarlı, 2008:146). Bu nedenle sağlık haberciliğinde önemli olan, 'insanların sağlıklı olma hakları'nın gözetilmesidir. Karmaşık sağlık yapısı içinde kasıtlı, dolaylı hatta kendiliğinden oluşan durumlar, araştırmacıyı hedeflenen noktadan kolayca saptırabilir (Reports, 2003:5).

Bazı öncelikli haber kaynaklarının medyanın haber gündemini belirlemede etkin rol oynadığı bilinmektedir. Günümüzde bilim ve sağlık haberciliği de büyük oranda kaynak yönlendirmeli ve kaynak tarafından çerçevelenen bir özelliğe sahiptir (Anderson, 2005:188). Gazeteciler, kaynaklarından basın bildirisi, basın konferansı, enformasyon ve halkla ilişkiler uzmanları, bilimsel toplantılar, bilimsel dergiler ve röportajlar yoluyla enformasyon elde etmekte ve haberlerini hazırlamaktadırlar (Utma, 2010:161). Muhabir hazırladığı haberi tekrar bir doğrulatma sürecinden geçirmediği yada geçiremediği için bazı durumlarda topluma yanlış bilgi aktarmış olurlar ve bu da eksik ve hatalı bilginin yayılmasına sebebiyet vermektedir.

Sağlık ve tıpla ilgili bir haber ya da yayında okur ve izleyicinin üzerine düşen görevler de vardır. Bunlardan biri, "ben bu aktarılan haberden ne öğrendim?" sorusu

olmalıdır. Bunu tamamlayan bir unsur da bu yayından yola çıkarak "kendisi, çevresi veya toplum için bir şey yapmalı mıyım, bana bir görev düşüyor mu" sorusuna yanıt vermektir. Birey bu tür sorulara cevap vererek sağlık alanında yayınlanan haberlere daha duyarlı yaklaşacak ve yayınlanan haberlerin doğruluğu ve yanlışlığını ayrıt edebilecektir.

Gazeteciliğin uzmanlaşması ile ilgili McChesney'nin vurguladığı noktayı hatırlamak yerindedir: "Uzmanlık asla hukuka ya da tıbba uygulandığı yoldan gazeteciliğe uygulanmadı" (2006:78). Sonuç olarak, sağlık muhabirleri, kendi alanlarında uzmanlaşmalı ve alanını iyi tanımalıdır. Bu alanda uzmanlaşmış kişi, kurum ve kuruluşlarla sürekli ilişki içerisinde bulunmalı ve hatalı haber yapma riskini en aza indirmelidir. Fakat ülkemizde ne yazık ki sağlık haberciliğine yeterinde önem verilmemekte ve sağlık haberi yazan muhabir aynı zamanda magazin ve politika haberi de yazabilmektedir.

2.2.1. Sağlık Haberciliğinin Önemi

İletişim alanında haber ne kadar önemliyse bunun alt katmanında yer alan sağlık haberciliği de aynı derecede önemlidir. Çünkü sağlık ile ilgili haberler öğrenilip tartışıldıkça bireyler sağlık alanında kendini daha güçlü kılabilirler. Sağlık haberleri dolayısıyla toplumun dikkatini çekmekle kalmayıp, medyayı da konuya hakim olmayı zorunlu hale getirmektedir. Örneğin yapılan bir kanser, kene ya da GDO'lu ürünlerin haberleri o hastalığa maruz kalmayan bireylerin bile dikkatini çeker. Çünkü hasta olmayan ya da henüz kene ısırmasını yaşamayan bireyler habere " bir gün bende kanser olabilirim", " beni de kene ısırabilir" mantığıyla yaklaşmaktadırlar.

Sağlık muhabiri, tıp ve sağlıkla ilgili bir olayı haberleştirirken gazeteciliğin temel kurallarına uygun bir şekilde hareket etmelidir. Yanlış bilgi aktarmamalı, haberin doğruluğundan emin olmadığı sürece olayı haberleştirmemelidir. Tıp biliminin sürekli değişken ve gelişen bir alan olması dolayısıyla bu durum daha da zorlaşmaktadır. Buna rağmen sağlık muhabirinin sağlık alanında eksik ya da yanlış bilgi verilmesinin bedeli bir insanın yaşamını yitirmesi, sakat kalması veya daha sağlıksız bir hale gelmesi olabilir. Gazeteci, yetersiz bilginin sorumluluğunu haber kaynağının üzerine yıkamaz. Bu nedenle sağlık muhabiri, tıpkı hekimlik alanında olduğu gibi "önce zarar vermeme" ilkesini temel bir ilke olarak kabul etmelidir.

Medyadaki sağlık haberciliği anlayışının gelişmemesi biraz da sağlık konularında yeterli bilgi sahibi olmayan insanların bu tür konuları haber yapmalarından kaynaklanmaktadır. Bugün, medya kuruluşlarının sağlık alanında yarattıkları tahribatın farkına varmalarından, tıp eğitimi almış uzman muhabirler veya editörler istihdam etmelerinden epey uzak bir noktada bulunmaktayız. Böyle bir çaba, haber maliyetini arttıracağı için ne yazık ki pek rağbet görmemektedir (Tılıç, 2004).

Gerçeklere dayalı ve doğru bir sağlık haberciliği için en önemli unsurlardan biri, haberin okura sunulduğu andan sonraki denetim sürecidir. Etkin bir denetim süreci, konunun tüm taraflarının ortak ve birlikte davranmasıyla en iyi şekilde gerçekleşecektir. Bilgili bir kaynak, uzman bir sağlık- tıp habercisi, duyarlı bir yayıncılık politikası ve dikkatli bir okur eğer bu konuda etkin bir işbirliği gerçekleştirebilirlerse daha nitelikli sağlık ve tıp haberlerine ulaşmak mümkün olabilecektir (Yıldız, 2006:41).

Sağlık ve tıp alanının kurum ve örgütleri , gazetecilik ve habercilikle ilgili kurumlar ve örgütlenmeler, okurun ve izleyicinin çeşitli biçimlerde oluşturdukları, hastalık, hasta ve diğer hak temelli dernekler gibi gönüllü örgütlenmeler, nihayet adalet ve resmi görevleri kamu adına denetim olan diğer kurumlar sağlık haberciliği üzerinde işbirliği gerçekleştirmelidirler. Ülkemizde zaman zaman bu farklı kesimlerin örgüt ve kurumlarının yaptığı doğru ve etkin denetim örneklerine rastlanmaktadır (Sütlaş, 2006).

2.2.2. Doğru Sağlık Haberciliği İçin Kurallar

Sağlık haberciliğinde yaşanılan sıkıntıları en aza indirmek için Türk Tabipleri Birliği ile Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği (ESAM)'nin ortaklaşa düzenledikleri "Sağlık Bilinci ve Medya" adlı toplantı sonucunda "Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesi" hazırlanmıştır. Bildirgede öne çıkan başlıklar şunlardır:

- Sağlıkta uzmanlaşma desteklenmelidir.
- Sağlık haberciliği alanında önemli sorunlar yaşanmaktadır.
- Sağlık habercisinin haber yapma özgürlüğüne yönelik hiçbir baskıya izin verilmemelidir.
- Sağlık haberlerinin sorumluluğunu sağlık habercileri taşımalıdır.
- Sağlık habercileri yalnız haber üretmekle sorumludurlar.
- Sağlık habercileri için bir bilimsel danışma havuzu oluşturulmalıdır.
- Sağlık alanındaki haber kaynakları da eğitilmelidir.
- Sağlık muhabirliği iletişim fakültelerinde ayrı bir ders olarak kabul edilmelidir.

- Sağlık muhabirlerine sürekli eğitim olanağı yaratılmalıdır.

-Tıbbi dergilerdeki araştırmaların haber kaynağı olarak kullanılması sağlanmalıdır.

-Sanayi Bakanlığı Tüketiciyi Koruma ve Reklam Kurulu'nun etik ilkelerinde uymayanlara verilen cezalarla ilgili yapılacak haberler caydırıcılık taşıyacaktır.

-Sağlık habercisi ile haber kaynağı, alanlarındaki etik kuralları düzenleyen bildirgeleri dikkate almakla yükümlüdür.

Sağlık haberciliği alanındaki toplantı sonuçlarından daha sonra yine ESAM tarafından aşağıda sıralanan etik ilkeler de geliştirilmiştir:

-ESAM üyesi gazeteciler yalan, taraflı, kamuoyunu yanıltıcı, yönlendirici, umut tacirliğine yönelik haber yapamaz.

-ESAM üyesi cevap ve düzeltme hakkına saygı gösterir, bunun için de çaba harcar.

-Sağlık muhabiri ilaç alanındaki yenilikleri ilaçların ticari ismini belirterek haber yapamaz.

-ESAM üyesi gazeteci bulunduğu konumun getirdiği gücü, çıkarı doğrultusunda kullanamaz.

-ESAM üyesi haber yaptığı kişi ve kurumlardan promosyon amaçlı hediye kabul edemez.

-Haber kaynaklarının ve meslek sırlarının gizliliğini korumaya özen gösterir.

-Eğitim ve sağlık muhabirleri yenilikleri sürekli izler ve kendini geliştirir.

-Bir meslektaşının kötü muameleye maruz kalması halinde onu destekler.

-ESAM üyesi, dernek bünyesinde oluşturulan Etik Kurul'un kendi haberleriyle ilgili uyarılarını dikkate almak ve hatayı tekrarlamamakla yükümlüdür.

Dünya Sağlık Örgütü'ne bağlı Avrupa Sağlık İletişim Ağı'nın (European Health Communication Network) profesyonel sağlık muhabirleri için 2000 yılında hazırladığı rehber de önem taşımaktadır (Utma, 2010:181):

-Öncelikle zarar vermemeye çalış. İnsan Hakları ve kamu yararının üstünlüğü esas olmalıdır.

-Doğruları bulun. Haberi yetiştirmeniz riske girse bile verilerinizi ve kaynaklarınızı doğrulayın.

-Sahte umutlar vermeyin. Özellikle de "mucizevi tedavi" ya da "potansiyel korku" lara yönelik iddiaları aktarırken dikkatli olun.

-Kimin çıkarına hizmet ettiğinize dikkat edin. Kendinize “bu haberden en çok kimler yararlanır ?” diye sorun.

- Eğer elde ettiğiniz materyal bir sponsorluk sonucunda yayımlandıysa bunu her zaman açıkça ortaya koyun.

-Gizlilik şartıyla sizinle paylaşılmış enformasyonun kaynağını asla ifşa etmeyin.

-Hastanın, engellinin ve onların ailelerinin mahremiyetine her zaman saygı gösterin.

-Haberinizin sonuçlarına dikkat edin. Hasta ya da engelli bireylerin, özellikle de çocukların medya ilgisi kaybettikten sonra da yaşayacakları uzun bir hayatları olduğunu unutmayın.

-İnsanların acılarının davetsiz misafiri olmayın. Yoksunluk içinde olanların duygularına saygı gösterin.

-Kararsızsanız haberi yapmayın.

Benzer şekilde Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde de (madde 5) sağlık haberciliği ile ilgili şu hüküm yer almaktadır: “Sağlık konusunda sansasyondan kaçınılmalı, insanlara umutsuzluk veya sahte umut vererek yayım yapılmamalıdır. Tıbbi alandaki araştırmalar, kesinleşmiş sonuçlar gibi yayımlanmamalıdır. Hastanelerde araştırmalar yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliğini belirtmeli ve girilmesi yasak bölümlere ancak yetkililerin izniyle girmelidir. Yetkilinin hastanın veya yakının izni olmaksızın hastane ve benzeri kurumlarda hiçbir yolla ses ve görüntü almamalıdır.”

Türk Tabipler Birliği ve ESAM tarafından düzenlenen 4. Sağlık Bilinci ve Medya toplantısında sağlık haberciliği ile ilgili şu hükümlere yer verilmiştir (Utma, 2010:186,187):

- Sağlık hizmeti almak vazgeçilmez bir insan hakkıdır.

-Sağlık hizmeti tüm nüfusa yönelik, sağlığı koruyucu, geliştirici, eşitlikçi, paranın bir ayrıcalık yaratmadığı toplumun denetimi ve katılımıyla sürdürülebilir hizmet olmalıdır.

-Toplumun sağlık hizmet talebine gerektiği gibi yanıt verilmemektedir. Bu konuda sağlık muhabirlerine görev düşmektedir.

-Türkiye’de sağlık hizmetlerinin asıl sunucusu kamudur. Haberlerde kamu sağlık hizmetini olumsuz etkileyecek içerikte anlam ve sonuç çıkaracak haberlerin yapılmamasında görüş birliğine varılmıştır.

-Özel sağlık kurumlarının hizmetleriyle ilgili toplumun bilgilendirilmesi, verilen hizmetlere ilişkin kamu adına denetimin yapılması da sağlık habercilerinin görevleri arasındadır.

-Görevlerini basın ahlakının ve sağlık muhabirliğinin etik kurallarına uygun yapan sağlık habercileri, sağlık hizmetini bütünleyen temel bir unsurdur.

-Sağlık alanındaki kişi ve kurumların açık ya da gizli reklamlarının önlenmesinde görev meslek örgütleri ile sağlık habercilerinindir. "En, tek, mucize son" başlıklarını taşıyan haberler yapılmamalıdır.

-Sağlık habercileri ile sağlık alanında görev yapan mesleklerin etkin işbirliği halkın sağlıklı haber alma hakkına katkıda bulunacaktır.

2.2.3. Sağlık Haberciliğinde Yazım İlkeleri

2.2.3.1. Sağlık Haberlerinin İçeriği ve Konusu

Sağlık ile ilgili haberlerin haber değeri taşımasının yanında en önemli işlevleri halka bilgi aktarmak ve onları bilgilendirmektir. Bu nedenle sağlıkla ilgili tüm açıklamalar, gelişen ve yenilenen teknolojiler, buluşlar, hastalık tanı ve tedavileri gibi konularda yapılan aktarımlar büyük önem taşımaktadır. Sağlığın her alanındaki bu bilgiler hayatımız için büyük önem taşıyorsa sağlık habercilerinin de bunun farkında olmaları ve doğru bilgi ile haber yapmaları gerekmektedir. Sağlık habercilerinin de sağlık çalışanları gibi öncelikli amaçları zarar vermemek ilkesidir.

Haberci ele aldığı konunun, olayın, bilginin ya da gerçeğin özünü yakalamaya çalışmalıdır. Bunun için konunun çerçevesini ve o konudaki genel ve ulaşılabilir bilgiyi mutlaka haberi öncesinde toplamalı ve hazırlamalıdır (Demir, 2010:50). Habere konu olan bilginin her zaman gerçek ve doğru olması beklenemez. Bu açıdan bakıldığında yapılan haberlerin bireylerin üzerinde oluşturacağı tahribatı da hesaba katmak gerekmektedir. Yeni tedavi yöntemleri, hatta bazı ilaçlar ilk duyurulduklarında genellikle araştırma süreçlerini tamamlamamışlardır. Bu tür haberler, aslında gerçekleşmeyecek "bir umut"a dönüşebileceği gibi, buna ulaşamamak da "düş kırıklıkları"na yol açabilir, tedavideki hastaları olumsuz etkileyebilir (Utma, 2010:201).

Sağlık haberlerinde doğru bulunmayan bir özellik de haberde kesinlik ifadelerine yer verilmesidir. Yeni üretilen bir ilacın, yeni ortaya konulan bir tedavi sürecinin kesin

ve tek çözümmüş gibi sunulması ancak tüm bilim çevrelerinin kabul etmesiyle oluşacak bir olgudur.

Sağlık ve tıpla ilgili bir olayın, habere dönüşecek kadar önemli olup olmadığını değerlendirmek için şu sorular, haber vermekte haberciye yardımcı olmaktadır (Sütlaş, 2007:176,177):

-Bir kente yeni bir uzman hekimin gelmesi ya da yeni bir sağlık biriminin oluşturulması gibi önemli bir hizmet olanağının doğması ya da ortadan kaldırılması gibi sağlık hizmeti alan "çok sayıda kişiyi ilgilendiriyor mu ?"

-Kentin içme sularının kirlenmiş olması ya da herhangi bir nedenle hastalık veya ölüm riskinin artması gibi insanların sağlıklarını doğrudan ilgilendirecek bir şekilde "uyarı görevi mi yapıyor ?"

-Sık olarak ortaya çıkan kazalar, ya da kazalarda ölümün veya yaralanmanın yoğunluğu gibi büyük kesimleri ilgilendirmese de herkesin başına gelebilecek, sağlığını ya da yaşamını riski sokacak şekilde "tekrarlama eğilimi söz konusu mu ?"

-Erken doğum riski, çeşitli hastalıkların önlenmesi gibi önemli bir sağlık sorunu konusunda dikkati çekecek şekilde "eğitici mi?"

-Geniş kesimleri ilgilendirecek bir sağlık etkinliğinin kamuoyuna haber verilmesi gibi durumlarda konu ya da durumla ilgili olarak "zamansal olarak yakınlık var mı?"

-Haber ya da yazının alıcısı olan kesim için yaratacağı risk ya da en azından etkileme olasılığı olan durumlarda olduğu gibi "yakınlık veya olabilirlik söz konusu mu?"

-Sağlık ve tıp alanıyla ilgili önemli bir kişinin ölümü, yeni bir salgın hastalığın (domuz gribi gibi) ve sağlığı tehdit eden bir olayın varlığı gibi durumlarda olduğu gibi "şok edici mi?"

-İki başlı bebek, doğumsal anomaliler, çeşitli hastalıkların görülme sıklığının artması gibi durumlarda gözlenecek şekilde, o ana kadar olan ya da bilinen durumdan farklı olarak "olağandışı bir durumu mu yansıtıyor?"

-Yeni doğmuş bebeğin cami avlusuna bırakılması, ölümü, doku, organ nakli, tedavisi olan bir durumda herhangi bir nedenle tedaviye ulaşamama gibi "duygusal yönden etkilemek ve uyarmak yoluyla bir durum değişikliği yaratma ihtimali var mı?

-Çoğul doğum; altız, yediz gebelik ve doğumla ilgili çeşitli farklı durumlarda olduğu gibi, toplumun dikkatini çekecek dolayısıyla benzer durumlardan haberdar olmasını sağlayacak "ender rastlanan örnekler mi?"

-Bir kente ilk olarak beyin cerrahının gelmesi gibi olmayan bir şeyin artık olmasını sağlayacak örneklerde görüldüğü gibi "ilk ve hatta bazı durumlarda tek olma durumu mu var?"

Sağlık iletişiminde temel konuları ise halk sağlığı çalışmalarının yaygınlaşması, bireylerin sağlık haberlerine olan güvenin ve ilgisinin arttırılması, sağlık teknolojilerinin geliştirilmesi gibi temel süreçler oluşturmaktadır. Bunun yanında sık görülen enfeksiyon hastalıkları, kanser, kalp hastalıkları, organ nakli gibi toplumu bilgilendirici niteliği olan yazı ve haberler okurun ilgi gösterdiği konular olması nedeniyle habercilerin işledikleri konular arasındadır. Bu alandaki bilimsel gelişme ve yenilikler de bu konuların tekrar tekrar ele alınmasına olanak tanır (Utma, 2010:208). Genel olarak baktığımızda kitle iletişimi özellikle geniş insan topluluklarının planlı ve programlı olarak etkilenmesini sağladığı için sağlık iletişiminin en yaygın uygulama yönünü kapsamaktadır (Tabak, 1999:29).

2.2.3.2. Sağlık Haberlerinde Görsel Malzeme Kullanımı

Gazetecilerin ve yayın kuruluşunun iddiası, izleyiciyi/okuru gerçeğe tanık etmektir (İnal, 1996:57). Gazetelere şöyle bir göz gezdiren insanlar artık haberin başlığına bakıp ardından fotoğrafını incelemektedir. Çünkü haberi okuyan/izleyen kişi sıcağı sıcağına onunla ilgili bir görsel materyali de izlemek ister. Böylece haberin içeriğini okumadan haber hakkında bir genel bilgiye sahip oluyorlar. Bu nedenle okuyucunun görsel algılamasına ağırlık vermeye başlayan gazeteler, giderek daha fazla bilgisayar grafiği kullanma eğilimine girmiştir (Rigel, 1994:4). Gazetenin vitrinini birinci sayfalar oluşturduğu için gazeteciler de bu sayfaya ayrıca önem vermektedir. Mesela manşetler ve sürmanşetler gazetede en önemli dikkat çeken yerler olduğu için burada daha çok görsel malzeme kullanılmaktadır. Sağlık haberciliğinde önemli olan habere ayrılan bu yerlerde gereksiz görsel materyalin kullanılmamasıdır.

Fotoğrafın okunması yazı ve televizyona göre değişik şekillerde gerçekleşir çünkü okunan şey gerçektir. Bir gazetedeki fotoğrafın okunmasında sayfa düzenlemesi, fotoğraf altı yazılar gibi dışsal öğelerle olay anını yakalayan bir anlamda en inandırıcı kanıttır (Demez, 1998:78). Fotoğrafta asıl belirleyici olan içsel öğeler söz konusudur

(Akdoğan, 1995:65). Burada görselliğin inandırıcı etkisi inkar edilemeyecek düzeydedir. Günümüzde artık görsel malzemeye göre haber hazırlanır hale gelmiştir (Rigel, 1993:38). Özelikle bu durum fotoğrafa veya görüntüsü bulunmayan yada yeterinde ilgi çekici olmayan haberlerde büyük sıkıntılar oluşturmaktadır. Sıkıntıları aşmanın en iyi yolu olarak haberciler özellikle özel konu sayfalarında, sayfanın çeşitliliğinin sağlanması için bir arşiv hazırlarlar ve görsellerin seçiminde, bu arşivden ilgili veya ilgisiz seçimler yaparlar. Bir okuyucunun, aynı görsellerin farklı haberler için kullanıldığını fark etmesi hemen hemen olanaksızdır. Kullanılan görüntülerin bazılarının, aynı kişiler ve aynı kıyafetlerle çekilmiş, farklı pozlarından oluşmaktadır. Aynı zamanda farklı haberler için kullanılan bazı görsellerin de farklı arşivlerden elde edildiği düşünülmektedir. Burada da asıl amaç zarar vermemek olmalıdır. Çünkü yayınlanan habere uygun olmayan bir fotoğraf veya görüntü haberi okuyan/izleyen kişi üzerinde bir etkiye sahip olacaktır. Görsel sunumda hazırlanan fotoğraflar, videolar hiçbir bireye gereksiz umut vermemeli ve gereksiz yere de hayal kurdurmamalıdır. Bu konuda Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde de bir madde bulunmaktadır: "Fotoğraf - Görüntü: Fotoğraf ve görüntünün güncel olup olmadığı açık biçimde belirtilmeli, canlandırma görüntülerde de bu, izleyicinin fark edebileceği biçimde ifade edilmelidir" (Bkz: Ek 3).

Bir başka önemli konuyu ise ilaç adlarının verildiği haberlerdeki sorunlar oluşturmaktadır. Genellikle ilaçlarla ilgili haberlerde yayınlanan ilaç resimlerinin okuyucu/izleyici üzerinde etkileri vardır. Çünkü o habere güvenerek izleyici/okuyucu kendi kendine bir tedavi yöntemi uygulayabilir, doktora görünse dahi onlara bu konuda zorluk çıkarabilir. Bu nedenle bu tür haberlerin içeriğindeki ilaç resimlerinin karartılı olarak gösterilmesi daha doğru olabilir.

2.3. Sağlık İletişimi ve Haberciliği Konularında Yapılan Çalışmalar

İlk sağlık iletişimi dersleri ABD'de büyük araştırma üniversitelerinde, Konuşma İletişimi Bölümleri'nde (Departments of Speech Communication) verilmiştir. Birçok tıp fakültesi de, Illinois Üniversitesi, Güney Illinois Üniversitesi, Kuzey Carolina Üniversitesi, Calgary Üniversitesi'ndeki hekimler için görüşme becerilerine odaklanan sağlık iletişim dersleri programlarında yer almıştır. Bu dersler hem ulusal hem de uluslararası daha birçok lisans ve lisansüstü sağlık iletişim derslerinin gelişiminin habercisi olarak kabul edilmektedir (Kreps vd., 1998: 11).

Kreps ve diğerleri, psikoloji ve sosyolojinin, sağlık iletişimi alanının zeminini hazırlayan geniş bir literatür sunduğunu belirtmektedir. Carl Rogers, Jurgen Ruesch ve Gregory Bateson'ın liderliğindeki humanistik psikoloji hareketi, psikolojik sağlığı teşvikte tedavi edici iletişimin önemini vurgulamış ve sağlık iletişim araştırması için sağlık hizmetleri dağıtımı bakış açısının gelişiminde oldukça etkili olmuştur.

Michel Foucault, Kliniğin Doğuşu (1963) ve Ivan Illich, Sağlığın Gaspı (1975) kitaplarıyla sağlık, hastalık ve bilimin sosyopolitik ve tarihsel söylemini araştırmış, her ikisi de bireyleri, böylelikle toplumu disiplin altına almada tıbbi kuruluşların güçlü etkilerini eleştirmişlerdir. Yine aynı tarihlerde Susan Sontag (1978), Metafor Olarak Hastalık ile hastalık için var olan kültürel metaforların ahlaki yönden değerlendirilmelerini betimlemiştir.

Sağlık iletişimini kuramsal açıdan irdeleyen eserler olarak, Lorraine D. Jackson ve Bernard K. Duffy, ed. (1998) Health Communication Research A Guide Developments and Directions; Gary L. Kreps & Barbara C. Thornton, (1992), Health Communication; Teresa L. Thompson, Alicia M. Dorsey, Katherine I. Miller, Roxanne Parrott, ed. (2003), Handbook of Health Communication ve Richard K. Thomas, (2007), Health Communication sıralanabilir. Gary L. Kreps & Barbara C. Thornton, (1984), Health Communication: Theory and Practice, sağlık iletişimi alanında yazılmış ilk kitaplardan biri olarak kabul edilmektedir.

Kuram ve örnek olayları birlikte ele alan yayınlar olarak, Muhiuddin Haider, ed. (2005), Global Public Health Communication Challenges, Perspectives and Strategies; Renata Schiavo, (2007), Health Communication from Theory and Practice ve Kevin B. Wright, Lisa Sparks ve Dan O'Hair, (2008), Health Communication in The 21st Century sıralanabilir.

Sağlık iletişiminde ağırlıklı olarak örnek olayları ele alan yayınlara, Barbara C. Thornton ve Gary L. Kreps, (1993), Perspectives on Health Communication; Robert C. Hornik, ed. (2002), Public Health Communication Evidence for Behavior Change; Eileen Berlin Ray, ed. (2005), Health Communication in Practice A Case Study Approach örnek olarak verilebilir.

Bunlara ek olarak, Sharf, (1984) The Physician's Guide to Better Communication ve Northouse & Northouse, (1985), Health Communication: Handbook for Professional'ı sağlık iletişimi alanına hazırlık niteliğindeki eserler olarak nitelemek mümkündür.

Sağlık iletişimi yayınlarındaki gelişmeler bilimsel dergilerde de yer almıştır. ICA Sağlık İletişimi Bölümü, 1973 yılında ICA Haber Bülteni'ni yayınlamaya başlamış, sağlık iletişimi araştırmaları, eğitimi, iş ve sosyal hizmetler ile ilgili fırsatlar sunmuştur.

1977'de ICA, sağlık iletişimi alanında da önemli bölümlere sahip İletişim Yıllığı'nı (Communication Yearbook) yayınlamaya başlamıştır. İletişim Yıllığı dizisinin ilk dört cildinde, ilgi gruplarının her bir bölümüne (sağlık iletişimi bölümü dâhil olmak üzere) örnek çalışmalar ve araştırma özetleri sunmak için kitabın bir kısmı ayrılmıştır.

1985'te sağlık iletişimi alanına ilgi gösteren iletişim bilim adamları, iletişim bilim dalının profesyonel örgütlerinin en büyüğü olan Konuşma İletişim Derneği'nin (SCA-Speech Communication Association) içinde, Sağlık İletişimi Komisyonu (Health Communication Commission) kurmuşlardır. ICA ve SCA arasındaki işbirliği ile iki grup, şimdi adı Sağlık İletişimi Sorunları (Health Communication Issues) olan Sağlık İletişim Haber Bülteni'nin (Health Communication Newsletter) yayımlanmasını paylaşma kararı almışlardır. İzleyen birkaç yıl içerisinde Sağlık İletişimi Komisyonu (Health Communication Commission) çok hızlı büyümüş, SCA Sağlık İletişimi Bölümü (Health Communication Division) olmuştur (Kreps vd., 1998: 9).

1989 yılında, sağlık iletişimi alanında ilk hakemli dergi olan ve yalnızca sağlık iletişimi araştırmalarına ayrılan Health Communication yayınlanmaya başlamıştır. Teresa Thompson'un kurucu editörlük yaptığı, yılda dört kez yayınlanacak bu derginin yayınlanmaya başlaması, yeni bir araştırma olan sağlık iletişimi alanında araştırmacıları bu konuda çalışma yapmaya teşvik etmiştir (Kreps vd., 1998: 10; Wright vd., 2008: 8).

Alandaki bir diğer önemli gelişme, Journal of Health Communication adlı derginin 1996 yılında, yılda dört kez yayınlanmak üzere, hakemli sağlık iletişim dergisi olarak yayınlanmaya başlamasıdır. Journal of Health Communication, uluslararası bakış açısı ile Health Communication dergisinden farklı bir konumdadır. Health Communication bir araştırma dergisi iken, Journal of Health Communication araştırma ve uygulamayı bir arada inceleyen bir dergidir. Kreps ve diğerlerinin belirttiğine göre, her iki dergi, bu alanda birbirini tamamlayarak, güncel sağlık iletişimi bilgisi sunmaktadır. Bununla beraber, yine her iki dergi de, bu çalışma alanının büyümesi ve olgunlaşmasını sağlayan önemli bilimsel çıkış noktaları olarak kabul edilmektedir (1998: 11). Journal of Health Communication, 2002 yılına kadar yılda dört sayı yayınlanırken, 2002 yılında beş sayı, 2003 ve 2004'de altı sayı, 2005 yılından itibaren

ise yılda sekiz sayı yayınlanmaktadır. Wright ve diğerlerinin çalışmasının sonuçlarına göre, Health Communication dergisinde 1989 ve 2003 yılları arasında işlenmiş konu başlıklarının analizinde, dergide yer alan makalelerin % 20'sinden fazlasının, doktor-hasta etkileşimi konusu üzerine olduğu, bunu sağlık iletişimi kampanyaları (%13,4), risk iletişimi (%11.5), sağlık ve yaşlanma (%8.4), dil ve sağlık (%7), medya (%5.9), ve sosyal destek ve sağlık (%4.3) konularının izlemekte olduğu belirtilmektedir (2008: 8).

Ayrıca, Avrupa İletişim ve Sağlık Hizmetleri Derneği (European Association for Communication and Healthcare), Hasta Eğitimi ve Danışmanlığı (Patient Education and Counseling) dergisini yayınlamaktadır. Bu dergi, her iki yılda bir düzenlenen ve tüm dünyadan farklı bilim dallarından sağlık iletişimi araştırmacılarını bir araya getiren konferanslara sponsorluk yapmaktadır (Wright vd., 2008: 7).

Türkiye'de yapılan çalışmalara baktığımızda, yurt dışında yapılan çalışmalar kadar farklılık gözlenmediği ilk etapta dikkati çekmektedir. Yapılan çalışmaların tarihi de eskilere gitmemektedir. Öğretim açısından bakıldığında lisans ve yüksek lisans düzeylerinde henüz yeterli kadar sağlık iletişimi ve haberciliği dersleri verilmemektedir.

Türkiye'de yaygın olan bir diğer görüş ise sağlık iletişiminin sadece iletişim fakültelerinde verilmesi gereken bir ders olarak görülmesidir. Halbuki sağlık iletişiminin sadece iletişim fakültelerinde değil, tıp fakültelerinde ve başka sağlık eğitimi veren kurumlarda da verilmesi gerekmektedir. Böyle bir çalışma özellikle hasta-hekim ilişkisi yönünden kişiler arası iletişimi geliştirecek ve bu konuya büyük katkı sağlayacaktır.

Sağlık iletişimi konusunda Türkiye'de ulaşılabilinen kaynakların başında "Sağlık İletişimi ve Medya" adlı kitabı ile İnci Çınarlı gelmektedir. Çınarlı, kitabında sağlık iletişimini kuramsal ve betimsel bir çerçevede ele almıştır. Kitap ayrıca İnci Çınarlı'nın doktora tezinin geliştirilmiş ve gözden geçirilmiş bir versiyonudur. İlk kaynak kitaplardan biri de Müge Demir'in "Sağlık Haberleri ve Medya Gerçeği" adlı kitabıdır. Kitap da daha çok haber ve haber üretim süreci, sağlık haberciliği ve sağlık haberlerinin niceliksel ve niteliksel analizleri yer almaktadır. Kitap sağlık haberlerinde gazete incelemeleri açısından önemli sayılabilecek bir kaynaktır.

Yazılı basında sağlık haberciliği alanında yapılan çalışmalardan örnekler verilecek olunursa ilk çalışmalardan biri 1993 yılı Mayıs ayı içinde 3 günlük gazetede (Posta, Hürriyet, Zaman) çıkan sağlıkla ilgili 410 haberin incelendiği araştırmadır. Araştırma, Dr. Erkan Pehlivan, Dr. Metin Genç, Dr. Leyla Karaoğlu tarafından İnönü

Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı'nda yapılmıştır. Araştırma sonucunda, haberlerin %25,6'sında haber kaynağı hekim ve diğer sağlık personeli olup haberlerin % 52.9'unda kaynak belirsizdir. Haber konuları içinde ilk sırada sistemik hastalıklar ile ilgili olanlar (%26.2) yer almakta, bunu %20.9 ile beden sağlığına ilişkin haberler izlemektedir. Haberlerin %53.9'unun bilime uygun, %22.7'sinin ise içeriğinin yetersiz olduğu görülmüştür. Haberlerin %17.8'i sansasyonel ve %3.9'u ise gerçek dışı haber niteliğindedir (Pehlivan vd. 1993).

Bir başka çalışma ise, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda gerçekleştirilmiştir. "Sağlık İletişimi Paradigmaları Ve Türkiye: Medyada Sağlık Haberlerinin Analizi" başlıklı çalışma Deniz Sezgin'in doktora tezini oluşturmaktadır. 2010 yılında gerçekleştirilen çalışmada Hürriyet gazetesi ve eklerinde bir yıllık süre içinde yer alan sağlık ve sağlıklı yaşam sunumları üzerinde durulmuştur. Çalışmada beslenme konusunun, büyük oranda hem tıbbileştirildiği hem de bireyselleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Sağlıklı beslenme önerileri dışında, "genç", "güzel" veya "yakışıklı" olma önerilerinin Hürriyet gazetesi ve eklerinde önemli bir yere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Haberlerde kullanılan görsellerin ise daha çok arşiv görüntülerinden oluştuğu ve bir fotoğrafın bir çok haberde kullanıldığı da ulaşılan sonuçlar arasındadır (Sezgin, 2010).

Doktora tezi olarak yapılan bir başka çalışma ise İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı bünyesinde gerçekleştirilmiştir. "Kamusal Alan Teorileri Açısından Sağlık Gazeteciliği Ve Demokrasi" adlı çalışmasında Eylem Çamuroğlu Çığ, sağlık gazeteciliğini kamusal alan teorileri açısından ele almıştır. İki aylık araştırma sırasında 1672 haber, köşe yazısı, makale, soru-cevap, diyet-güzellik-alternatif- bitkisel reçete, tanıtma yazısı ve röportajın 410 tanesi Zaman Gazetesi ve eklerinde, 673 tanesi Posta Gazetesi ve eklerinde, 471 tanesi Hürriyet Gazetesi ve eklerinde, 118 tanesi de Radikal Gazetesi ve eklerinde yer almıştır. Haberlerin kaynaklarını genellikle bilim insanı, doktor, uzman kategorisi oluşturmaktadır. Kaynağı olmayan haberlerin oranı ise oldukça yüksektir ve ikinci sırada yer almaktadır. İncelenen dört gazete içinde sadece Zaman Gazetesi'nde, her gün düzenli olarak yer alan "Aile/Sağlık" sayfası yer almaktadır. Radikal Gazetesi, her gün yer vermemekle beraber, bazı günlerde sağlık haberleri görünümünde bir "Eko-Sağlık" sayfasına yer vermektedir. Hürriyet Gazetesi, ağırlıklı olarak sağlığa eklerinde yer ayırmaktadır. "Sağlık" sayfaları da çeşitli başlıklarla –örneğin seyahat sağlığı- eklerde

yer almaktadır. Gazetelerin internet siteleri üzerinden yapılan araştırma, rakamsal veriye çevrilmemiştir; çünkü haberlerin büyük bir kısmı, basılı gazetelerde yer alan haberlerden oluşmaktadır (Çığ, 2012).

Bir başka çalışma da Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Genel Gazetecilik Bilim Dalı'nda gerçekleştirilmiştir. Doç. Dr. Atilla Girgin'in danışmanlığında "1 Şubat-31 Mart 2005 tarihleri arasında İstanbul'da Yayımlanan Gazetelerde Sağlık Haberleri" konulu çalışma Yüksek lisans öğrencisi Banu Kumbasar tarafından hazırlanmıştır. Takvim (720), Posta (453), Zaman (182), Milliyet (126), Vatan (120), Sabah (117), Hürriyet (76) sağlık haberi bulunmuştur. Gazetelerdeki sağlık haberlerinin türlerine bakıldığında; aktüel haber (%52.2), araştırma (%17.1), yazı dizisi (%14.9), köşe yazısı (%8.5), tanıtım (%7.3) olarak sınıflandırılmıştır. Gazeteler sağlık haberlerine ilk ve son sayfalarda fazla yer vermemekte, 1,2,3 ve son sayfa dışındaki diğer sayfalarda daha çok yer ayırmışlardır. Gazetelerde kaynak belirtilmiş sağlık haberlerinin sıralaması ise; Posta (%75.1), Hürriyet (%51.3), Zaman (%48.9), Vatan (%47.5), Milliyet (%46), Sabah (%35), Takvim (%29.4) belirlenmiştir. Belirtilmiş haber kaynaklarına bakıldığında ise; Sabah, Vatan, Milliyet gazetesinde çoğunlukla haber kaynağı olarak yetkili kurum isminin verildiği görülmektedir. Diğer gazetelerde ise haber kaynağı olarak uzmanlara yer verildiği saptanmıştır (Kumbasar, 2006).

Haziran 2004 tarihinde ulusal, bölgesel, yerel gazete ve dergilerde yer alan sağlık haberlerini inceleyen Medya Takip Merkezi (MTM) yazılı basında 567 haberle en çok engellilerle ilgili sağlık haberlerine yer verildiğini tespit etti. Onu 524 haberle hastane, 395 haberle ilaç, 297 haberle beslenme, 242 haberle kanser, 239 haberle ana çocuk sağlığı, 215 haberle göz, 214 haberle cinsel sağlık, 152 haberle ruh sağlığı, 120 haberle ağız ve diş sağlığı, 76 haberle madde bağımlılığı konuları takip etti. Sağlık haberlerinin %87'si ulusal gazete ve dergilerde yayımlanırken, %13'ü yerel ve bölgesel gazete/dergilerde yer aldı. 155 yazar köşelerinde toplam 406 kez sağlık konusunu işlerken, yazılı basına verilen 231 ilaç ve hastane reklamı dikkat çekti. En yüksek tiraja sahip Posta gazetesi, 247 haberle sağlık haberlerine en çok yer veren yazılı basın organı oldu. Tıpta yaşanan yeni gelişmeler ve buluşlar, toplam sağlık haberlerinin %1'ini oluşturdu. Televizyonda haberler en çok hastaneler hakkında olurken, en fazla süre ruh sağlığı haberlerine ayrıldı. MTM, toplumun geniş bir kesimine hitap eden sağlık haberlerini 20 ayrı televizyon kanalında da inceledi. 875 haberin tespit edildiği görsel

basında, konuyla ilgili yaklaşık 112 saat yayın yapıldı. Bu haberlerin büyük bir kısmını, kısa sürelerle hastane haberleri oluştururken, en uzun süreyle işlenen konu ise ruh sağlığı oldu (Medya Takip Merkezi, 2004).

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı tarafından gerçekleştirilen "Medya ve Sağlık: Türk Basınında Sağlık İçerikli Haberlerin Bilgilendirme Potansiyeli" konulu çalışma sağlık haberlerindeki bir diğer çalışmayı oluşturmuştur. Yüksek lisans öğrencisi Hülya Yıldız tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen çalışmanın araştırma evrenini 2004 yılında yayınlanan Ekim, Kasım, Aralık aylarına ait toplam 507 sağlık haberinin (Hürriyet, Posta, Zaman) günlük olarak incelenmesi oluşturmuştur (Yıldız, 2006). Çalışmada sağlık haberlerinin yayınlandığı günler arasında önemli bir farklılığın olmadığı, sağlık haberlerinin haftanın her günü aynı oranda gazetelerde yer aldığı görülmektedir. Araştırmaya konu olan gazetelerde yer alan sağlık ile ilgili metinlerin büyük oranda haber özelliği taşıdığı (%81.1), buna karşılık ilan özelliği taşıyan sağlık metinlerinin oranının ise oldukça düşük (%1.4) olduğu görülmektedir. Sağlık haberlerinin yayınlanmasında esas olarak uzman görüşü ile kurum yetkililerinin yapmış oldukları açıklamalara başvurulduğu görülmektedir. Buna rağmen metin yazarlarının konunun uzmanı olmadığı (%87.4) saptanmıştır. Bu durum gazetelerde sağlık haberciliği konusunda yeterli uzmanlaşmanın sağlanamadığının bir göstergesi olarak düşünülebilir. Yazılan metinlerde ağırlıklı olarak yorum yapılmadığı (%40.4), metnin kısmen ve tamamen dikkat çekici olduğu (%40.4), metnin kışkırtıcı olmadığı (%58.6), metinde okuyucunun belirli bir konuda ikna edilmeye çalışıldığı (%52.5) ve metinlerin toplumsal ilgiyle karşılanabilecek niteliklerde olduğu (%71.2) şeklinde sonuçlar gözlenmiştir.

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Anabilim Dalı tarafından gerçekleştirilen "Yazılı Basında Sağlık Haberleri ve Kamuoyuna Etkisi" konulu çalışma sağlık haberlerindeki bir diğer çalışmayı oluşturmuştur. Seçil Utma'nın 2010 yılında yüksek lisans tezi olarak hazırladığı çalışmada 16 Şubat- 17 Mart 2009 tarihleri arasında yayınlanan Posta, Hürriyet, Milliyet, Bugün, Yeni Asır, Sabah, Gazetem Ege ve Star gazetelerinden oluşan toplam 8 adet gazete incelenmiştir (Utma, 2010). Çalışma kapsamına 1108 haber alınmıştır ve en çok sağlık haberini 216 haberle (%19.4) Posta gazetesi yapmış ve ilk sırayı almıştır. İkinci sıraya 181 haberle (%16.3) Bugün, üçüncü sıraya 164 haberle (% 14.80) Hürriyet, dördüncü sıraya 146 haberle (%13.17) Sabah, beşinci sıraya 133 haberle (%12) Milliyet, altıncı sıraya 99 haberle

(%8.9) Gazetem Ege ve yedinci sıraya 96 haberle (%8.6) Star gazetesi yerleşmiştir. Yeni Asır 73 sağlık haberiyle (%6.5) son sırada yer almıştır. Gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin %54.9'unda haber kaynağı bilim adamı uzmandır. Alanında uzman kişiler tarafından hazırlanan yazı dizileri ve köşe yazıları, bu rakamın ilk sırada yer almasına yol açmaktadır. İkinci sırada %19.1 oranı ile diğer (dış haberler, kamu) haberler yer almıştır. İnsan sağlığının korunmasında genel beslenmenin önemini vurgulayan beslenme ve diyet konuları %14.3 oranı ile ilk sırada yer alırken, bunu % 12.4 ile hastalıklar ve tedavisi, %6.4 ile bilimsel gelişme ve buluşlar izlemektedir. Kanser ve tedavisi ile ilgili haberler % 6.1 ile dördüncü sırada yer almaktadır. İncelenen sağlık haberlerinin yüzde 61.2'sinin abartılı başlık kullanmazken, yüzde 38.8'inin "Haberi daha çok okutmak" kaygısıyla abartılı başlık kullanımına başvurduğu ulaşılan sonuçlar arasındadır.

Yine benzer bir çalışma Tük Tabipleri Birliği (TTB) tarafından gerçekleştirilmiştir. TTB, 1995 yılında en yüksek tirajlı 5 gazeteyi (Milliyet, Türkiye, Sabah, Hürriyet ve Akşam) her ayın ilk haftasındaki çıkan haberler açısından kütüphane kanalıyla izlemiş ve 772 tane sağlık yazısı bulmuştur (Tük Tabipleri Birliği, 1995). Bunları doğruluk derecesi, konusu, türü, gazetede kapladığı yeri ve fotoğraf içeriği açısından değerlendirmiştir. Beş büyük gazetede içerik açısından, haber dağılımı açısından önemli bir fark yoktur. Ama yazıların %64'ü doğru, %6'sı tamamen yanlış, %26.6'sı da tartışmalı çıkmıştır. Yaklaşık üçte biri tartışmalı ya da yanlış olarak kabul edilmiştir (Sağlık Bilinci Medya Toplantısı, 1999).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA HAKKINDA GENEL AÇIKLAMALAR

Bu bölümde çalışma ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

3.1.1. Araştırmanın Konusu

Gazetecilik mesleğinin "tarafsız olma", "gerçekleri gösterme", "doğru çözümleme", "yerinde sorular sorma", "doğru yanıtları alma" ve "kamuoyuna doğru aktarma" ya yükümlü olduğu ifade edilmektedir. Bir gazeteci veya yayın kuruluşu bunları gerçekten yaparsa işlevini doğru biçimde yerine getirmiş olacaktır. Basın organlarının haberlerini referanslara bağlı olarak hazırlaması, bilimsel temellere oturtması gerekmektedir. Haberin belli bir bilimsel temeli olmadığı sürece, ümitsiz beklentilerin, mucize ilaç haberlerinin önüne geçilemeyeceği bilinmektedir.

Sağlık gazetecilerinin sansasyondan uzak, doğru sağlık haberlerine ulaşması sağlanmalıdır. Yanlış ya da eksik, doğruluğu kanıtlanmamış, kamu yararı gözetmeyen haberlerde, haberi hazırlayan gazetecilere ağır sorumluluklar düşmektedir. Sağlık haberini vermekteki amaç; toplumun açık, net ve doğru bir biçimde bilgilenmesini sağlamaktır. Bu nedenle gazetecilik temel ilke ve kurallarına uyarak haber yapmak, farklı kaynaklara ulaşarak araştırmak gerekmektedir.

Bu özellikler ışığında, tez çalışmasında 2012 yılının Temmuz-Aralık ayları arasında yayınlanan, BİK'in satış rakamlarına göre en yüksek 6 gazete olan Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü, ve Zaman gazetelerinde yer alan sağlık haberleri incelenmektedir. Bu haberlerin ne kadar doğru bilgi ilettikleri, haberlerin kaynaklarını gösterip göstermedikleri, reklam amaçlı mı yapıldığı yoksa halkı bilgilendirmek için mi yapıldığı, yayınlanan sağlık haberlerinin olumlu mu olumsuz mu yansıtıldığı çalışma kapsamında araştırılacaktır.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma, daha önce yapılan sağlık iletişimi alanındaki çalışmalarla karşılaştırılıp basının ne kadar duyarlı olduğunu ve bu konuya ne kadar önem verdiğini ortaya çıkarması açısından önemlidir. Yapılan önceki çalışmalar da genellikle birkaç

gazete ele alınıp incelenirken bu çalışmada daha fazla gazete incelemesi yapılmış ve daha kapsamlı bir zaman dilimi üzerinde çalışılmıştır.

Ayrıca basın kuruluşlarında, sağlık konusuna çok önem verilmektedir. Muhabirler bu nedenle sağlık haberi yazarken dikkatli davranmalıdır. Çünkü yapılan en ufak bir yanlış haber çok fazla kişiyi etkilemektedir. Yanlış haberler nedeniyle bireylerin zarar görmesi, sağlık iletişimi konusundaki önemi arttırmaktadır.

3.1.3. Araştırmanın Amacı

Hayatın her alanında olduğu gibi sağlık alanı ile ilgili de basında her gün çeşitli haberler, bilgiler yer almaktadır. Özellikle son zamanlarda dünyada çok gündeme gelen sağlık ve sağlık haberciliği, ülkemizin de en çok konuştuğu konular arasında yerini almıştır. Bu durum sonucunda hayati önem taşıyan sağlık ve sağlık haberciliğinin okuyucuya belli bir sorumluluk anlayışı içinde verilmesi gerekmekte ve halkı doğru ve sağlıklı bir şekilde bilgilendirmesi şart olmaktadır. Gazetelerin tiraj kaygısı, halkı paniğe sürükleyecek yetersiz haber sunumlarıyla gündem oluşturması ve insan sağlığını tehdit eden durum hakkında halkın yanlış bilgilendirilmesi sonucunda bir çok sorunu da beraberinde getirmektedir. Bu açıdan önem taşıyan sağlık haberleri gazetelerde yer alırken dikkatlice gerçek kaynaklar doğrultusunda uzman hekimler görüşleriyle beraber gazetede yerini almalı ve halka sunulmalıdır. Bu yönden yazılı basında sağlık haberlerinin kamuoyuna nasıl yansıdığı, haberler arasındaki farklılıklar ve kamuoyunu bilgilendirme düzeylerinin ne derece olduğu ortaya konulmuş, bu konuda neler yapılması gerektiği sorgulanması bilinciyle bu araştırma yapılmıştır.

Araştırmanın bir başka amacı ise 2012 yılının Temmuz-Aralık aylarında yayınlanan satış rakamı en yüksek 6 gazetenin sağlık haberlerine bakış açılarını incelemek ve halka ne oranda doğru bilgi ilettiklerini saptamaktır. Bu genel amaçların haricinde çalışmada;

-Günlük yayın yapan gazetelerde sağlık haberlerinin nasıl dağıldığı belirlenmiş,

-Haberlerin kimlerden kaynakladığı, nasıl bir haber verme biçimiyle halka duyurulduğu ortaya çıkarılmış,

-Gazetecilerin sağlık haberlerine önem verip vermediği ve olaylara bakış açıları tanımlanmış,

-Sağlık haberlerinde hangi konuların ağırlıklı olarak haber değeri taşıdığı belirlenmiş,

-Gazetelerin yayın politikasına göre haberlerin değişip değişmediği ortaya konulmuş,

-Sağlık haberlerinin ülke gündemindeki önemi üzerinde çalışılmıştır.

3.1.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel hipotezini yazılı basında yayınlanan sağlık haberlerinin yeterli düzeyde olmadığı ve ilk sayfalarda sağlık haberlerine yeterince yer verilmediği oluşturmaktadır. Bu genel hipotezin yanında araştırmanın diğer hipotezleri şöyle sıralanabilir:

-Basılı yayınlar sağlık haberlerine yetersiz ve benzer oranda yer vermektedir.

-Sağlık haberlerinin yayınlanmasında günler arasında çok büyük farklılıklar yaşanmamaktadır.

-Sağlık haberleri gazetelerin ilk sayfalarında, diğer haberlere oranla daha az yer tutmaktadır.

-Gazetelerde sağlık haberciliği alanında yeterince kurumsallaşma sağlanamamıştır.

-Sağlıkla ilgili haberlerin yazımında geçmiş yıllara oranla daha açık ve anlaşılır bir dil, abartılı anlatımlardan uzak, inandırıcı özellikler kullanılmıştır.

-Sağlık haberciliğinde reklamdan ve çıkar ilişkisinden uzak bir anlayış vardır.

-Sağlık haberciliğindeki öncelikli konuyu hastalıklar ve bu hastalıkların tedavileri oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi yönteminin gelişimine ve genel olarak tanımlamalarına bakacak olursak ilk içerik çözümlemesi uygulaması Speed'in 1893 yılında yaptığı "New York Gazetelerinin Konu Analizi" çalışmasıdır. İçerik çözümlemesinin daha kapsamlı bir şekilde kullanımı ise, Lasswell'in 1925 yılında yapmış olduğu "Prusya Okul Kitaplarında Askeri Stereotipler" adlı çalışmasında görülmektedir. Lasswell, bu anlamda, alanda öncü kabul edilebilir (Gökçe, 2001:14).

Berelson, 1940-1950 döneminde Lazarsfeld'in metodolojik planda yardımıyla, yöntembilim ile ilgili olarak içerik çözümlemesinin kuralları olan iletişimin görünen içeriğinin betimlenmesindeki nesnellik, sistematiklik ve nicellik kurallarını belirlemiştir.

Kuralları belirlediği için Berelson içerik çözümlemesi yönteminin kurucusu sanılsa da esas kurucusu Lasswell'dir. Belirlenen analiz kuralları ve koşulları diğer araştırmacılar tarafından çeşitli ülkelerde uygulanmıştır. 1940'lı yılların başında Amerika'da bir derginin Nazi Propagandası yapan Alman radyo yayınlarına paralel yazılar yayımladığı, içerik analizi sonuçlarına dayanılarak mahkeme önünde kanıtlanmıştır (Aziz vd. 1990, 2001: 35, 26).

İçerik çözümlemesinde, 1950-1960 arası dönemde, "araçsal (instrumental) model"e göre mesajın ilk bakışta söylediği şeye değil, bağlamı ve koşulları dikkate alınarak, taşıdığı, ilettiği şeylere bakılmalıdır. İkincisi olan "temsili model"e göre ise, iletişimde önemli olan şey, mesajda var olan kelimelerin içeriğidir (Tavşancıl ve Aslan, 2001:26-103). Bernard Berelson'un 1952'de yayımlanan, yöntem hakkında yazılan "İletişim Araştırmalarında İçerik Analizi" isimli ilk önemli derleme eserde içerik analiziyle ilgili yaptığı klasik ve en çok gönderme yapılan tanımına göre (Hansen, 2003:54): "İçerik çözümlemesi, iletişim sürecinde iletilen mesajların açık/belirgin içeriğini nesnel, sistematik ve nicel bakımlardan betimlemek için kullanılan bir araştırma tekniğidir." İçerik analizi, çözümleyicilerin gönderilen mesajın içeriğinden ileti kaynağının amaçlı davranışının açık veya örtülü görünüşleriyle ilgili ayrıntılı çıkarımlar yapmak için teşhis aracı gibi kullandıkları bir araştırma yöntemidir (Ekici, 2006:130).

İçerik çözümlemesi fen bilimlerinden farklı olarak, gözlem yolu ile sosyal gerçeğe yönelik çıkarımları amaçlayan bir yöntemdir. (Gökçe, 1995:15). Aziz'e göre içerik çözümlemesi, yazılan ve söylenenin hazırlanan açıklayıcı yönergeye göre ne kadar sıklıkla bulunduğunun saptanmasıdır (1990:3). Cartwright da, içerik çözümlemesinin her türlü sembolik davranışın betimlenmesinde ve içeriğinin analizinde kullanılan sistematik, nicel ve nesnel bir yöntem olduğunu belirtmektedir (Bilgin, 2000:2-3). Metin, kitap, belge vb. malzemenin belli özelliklerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bir tür tarama olarak da nitelendirilebilen içerik analizi, nicelleştirme ölçülerini önceden geliştirerek, malzemeyi belli beklentiler ışığında incelemektir (Karasar, 1994:184). Bilgin (2000:1), içerik analizini çok çeşitli söylemlere uygulanan birtakım metodolojik araç ve teknikler bütünü olarak tanımlamaktadır. Bilgin ayrıca, içerik çözümlemesi adı altında toplanan araç ve tekniklerin her şeyden önce kontrollü bir yorum çabası ve genelde tümdengelime dayalı bir okuma aracı olarak nitelendirilebildiğini söylemektedir. Holsti'ye göre (1969:14): "İçerik analizi,

mesajların belirgin niteliklerinin sistematik bir biçimde tanımlanması yoluyla çıkarımlar yapılmasını sağlayan bir araştırma tekniğidir." Krippendorf'a göre (1980:21): "İçerik analizi, verilerden, elde edildiği bağlama yönelik tekrar edilebilir ve geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılan bir araştırma yöntemidir."

Stempel içerik analizinin üç temel özelliğe sahip olması gerektiğine vurgu yapar; bunlar: nesnellik, sistemlilik, genelliktir.

1. Nesnellik: İçerik çözümlemesi nesnel olmalıdır. Nesnellik, çözümlemenin açık ve kesin bir biçimde belirlenen ve tanımlanan kurallara göre yapılması anlamına gelir. Nesnellik önermesine göre, benzer araştırma materyalinin değişik araştırmacılar tarafından benzer kurallara göre çözümlenmesi durumunda da araştırmada aynı sonuçların elde edilmesi gerekir. İçerik çözümlemesi sistematik olmalıdır. Sistematiklik önermesine göre, araştırma materyalinin seçimi, çözümleme kurallarının belirlenmesi sağlam gerekçelere dayandırılan kurallar ekseninde yapılmalıdır.

2. Sistemlilik: Araştırmacının yalnızca kendi araştırmasının amaçlarına uygun olan verileri çözümleyerek diğer verileri ihmal etmesini önler. Sistemlilik, belli bir kategoriye girecek ya da girmeyecek olan bölümlerin saptanmasında hep aynı ölçülerin kullanılmasını gerektirir.

3. Genellik*:* Vurguların kuramsal bir temele sahip olmasını gerektirir. Yani mesaj hakkında saf betimsel bir bilgi, mesajın alıcısı ya da vericisinin bilinen özellikleriyle karşılaştırılmamış ise çok az bilimsel değere sahip olmuş olur (Stempel, 2003:104,105).

İçerik analizinin uygulama alanlarını, sekiz başlık altında toplamak mümkündür.

Bunlar şöyledir:

1. İletişim/Reklam
2. Politika
3. Psikoloji/Psikiyatri
4. Sosyoloji
5. Edebiyat
6. Eğitim
7. Uluslararası Farklılıklar (Herkner, 2003: 131-134).

Araştırmanın temel verilerini oluşturan gazetelerdeki sağlık haberleri, hazırlanan bir kodlama cetveliyle ortaya konulmuştur. Araştırmaya dahil edilen Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü, ve Zaman gazetelerindeki sağlık haberleri kodlama

cetveline işaretlenmiştir. Araştırma kapsamında içerik çözümlemesi kodlama formunda konu çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Haberin yayınlandığı gazeteler, haberin yayınlandığı aylar, haberin sayfadaki konumu, haberin sunuluşu/yapısal özelliği, haber başlığının cümle yapısı, haberde görsel malzeme kullanımı, görsel malzemenin konuyla ilgisi, haberin kaynağı, haberde olayı açıklamada kullanılan dayanak, haberin niteliği, haber metninin özellikleri ve konusu kategorilerin başlıklarını oluşturmaktadır. Bu başlıklar oluşturulurken, nesnelliğe, tüm gazeteler için genellenebilir olmasına ve araştırmanın amacını yansıtmasına özellikle dikkat edilmiştir. Araştırmaya ait içerik formu Ek 1'de sunulmuştur.

3.2.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, 2012 yılında Türkiye'de yayınlanan gazetelerdeki sağlık haberleri oluşturmaktadır. Bu gazetelerde yayınlanan haberlere yönelik olarak, sağlık alanında verilen haberlerin doğruluğu, tarafsızlığı, bilgilendirme faaliyetleri gibi konular belirlenmeye çalışılmıştır. Örneklem olarak 2012 yılında yayınlanan satışı en yüksek 6 gazete olan Zaman, Posta, Hürriyet, Sabah, Sözcü ve Habertürk gazetelerindeki sağlık haberleri ve 2012 yılının Temmuz-Aralık ayları arasındaki süreler incelenmiştir.

3.2.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmada, 2012 yılında yayınlanan gazeteler çalışma kapsamına alınmıştır. Araştırma sadece 6 gazetenin 2012 yılının Temmuz-Aralık ayları arasındaki yayınlarının ilk sayfalarında yer alan sağlık haberleriyle sınırlı tutulacaktır. Gazetelerin ekleri çalışma kapsamına alınmamıştır. 2012'de en çok satılan gazetelerin ilk 6 adedi seçilmiştir. Bu gazeteler sırasıyla şunlardır: Zaman Gazetesi, Posta Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Sözcü Gazetesi ve Habertürk Gazetesidir. Bunun yanında Temmuz-Aralık ayları arasındaki ayların seçilme sebebi ise günümüze daha yakın bir tarihi belirtmiş olmasındandır.

3.2.3. Araştırmada Verilerin Toplanması ve Analizi

"Türkiye'de 2012 Yılında Sağlık Haberlerinin Ulusal Yazılı Basında Yer Alış Biçimleri Ve Bilgilendirme Düzeyleri (Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü Ve Zaman Gazeteleri Örneği)" başlıklı çalışmada, belirtilen aylardaki sağlık haberleri

tirajları yüksek olan 6 ulusal gazetede araştırılmıştır. Araştırmaya gazetelerin seçilme sebebi halkın gazetelere kolay ulaşabiliyor olması ve gazetelerin diğer iletişim araçlarına oranla daha ucuz olmasından kaynaklanmaktadır. Ele alınan gazetelerin ilk sayfalarındaki sağlık haberleri incelenmiştir.

Sağlık iletişimi, sağlık haberciliği ve hasta hekim ilişkileri açısından her türlü tanıtıcı, yayımlanmış kitap, makale inceleme, çeviri gibi veriler incelemeye alınmıştır. İnternet üzerinden elde edilen kaynaklar, tezler ve gazete yazıları da araştırmada incelenmiştir. Fırat Üniversitesi, İnönü Üniversitesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Trakya Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Adıyaman Üniversitesi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi ve Gaziantep Üniversitesi kütüphanelerinden kaynaklar temin edilmiştir. Konuyla ilgili taranan ve kullanılan kaynaklar ışığında yazılan tez çalışmasında bilimsel araştırma ve yazma yöntemine uyulmuştur.

Elde edilen veriler “Statistical Package for Social Sciemces” yani SPSS Programında analiz edilmiştir. SPSS’inde 16 sürümü kullanılmıştır. Windows tabanlı olan bu program sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan en güçlü paket programıdır (Bayram, 2004:13).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. "TÜRKİYE'DE 2012 YILINDA SAĞLIK HABERLERİNİN ULUSAL YAZILI BASINDA YER ALIŞ BİÇİMLERİ VE BİLGİLENDİRME DÜZEYLERİ (HABERTÜRK, HÜRRİYET, POSTA, SABAH, SÖZCÜ VE ZAMAN GAZETELERİ ÖRNEĞİ)"NİN İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

Bu bölümde araştırma kapsamına alınan gazeteler hakkında genel bir bilgi verilmiş ve elde edilen verilerin içerik çözümlemesi yapılmıştır. Ayrıca bu bölümde tezin anlatımında kolaylığının sağlanması ve konunun daha iyi anlaşılabilmesi için hem tablo hem de grafik kullanılmıştır.

4.1. Araştırma Kapsamında İncelenen Gazeteler

4.1.1. Zaman Gazetesi

Zaman Gazetesi 1986 yılında Feza Yayıncılık tarafından İstanbul'da kuruldu. Gazete Türkiye'de Günlük yayınlanan ulusal bir gazetedir**.** Basın İlan Kurumu'nun raporlarında genellikle birinci sırada yer alan bir gazetedir (BİK, 2013).

Bağımsız günlük bir gazete olan Zaman gazetesi, ciddi, dürüst ve dengeli verdiği haberleri ile tanınır. Modern sayfa tasarımı ve uluslararası sürümlerindeki kültürel farklılıkları gözeten makaleleri ile çeşitli ulusal ve uluslararası ödüller kazanmıştır (Zaman, 2013).

Zaman gazetesi araştırmanın yapıldığı 6 aylık süre içerisinde sağlık haberlerine ilk sayfasında yer vermeye çalışmıştır. Gazetenin sağlık haberleri genellikle kendi hazırladıkları aile sağlık bölümünde yer almaktadır ve genellikle yazı dizisi şeklindedir.

4.1.2. Hürriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesi, 1948'de Sedat Simavi tarafından kurulmuş olan ve şu anda Doğan Grubu'na bağlı olarak yayım yapan günlük gazetedir. İlk renkli fotoğrafı basmak, ilk seri ilanı yayımlamak gibi fark yaratan uygulamalarla okurun dikkatini çeken Hürriyet Gazetesi, Türkiye'de, yüksek tirajlı halk gazetesi kavramının içini doldurmuştur (Hürriyet, 2013a).

"Her sabah yeni bir gün başlar ve rotatifler döner" anlayışıyla kurumsallaşan Hürriyet, bugün Türkiye'nin en çok okunan gazetelerinden biri ve çok sesli bir toplumun aynasıdır (Hürriyet, 2013b).

Hürriyet Gazetesi sağlık haberlerine ilk sayfada az yer vermekle beraber, sağlık konularına da tamamen ilgisiz de kalmamaktadır.

4.1.3. Habertürk Gazetesi

Ciner Yayın Holding'in 1 Mart 2009'da yayın hayatına başlayan günlük gazetesidir. Habertürk gazetesi ülkemizde Berliner formatını uygulayan ilk gazete olmuştur. Normal Berliner formatı 315 mm'ye 470 mm iken, Gazete Habertürk'ün boyutları 350 mm'ye 500 mm'dir (Habertürk, 2013a). Berliner, veya "midi", gazete endüstrisinde kullanılan 470 mm × 315 mm boyutlarında bir gazete formatıdır. Berliner formatı tabloid/kompakt gazetelerden daha uzun ve daha geniş iken, broadsheet formatından daha kısa ve dardır (Habertürk, 2013b).

Habertürk gazetesi incelenen diğer gazetelere oranla sağlık haberlerine ilk sayfada en çok yer veren gazetelerin ikincisi konumundadır.

4.1.4. Sabah Gazetesi

"Türkiye'nin en iyi gazetesi" sloganıyla 1985'de kurulan Sabah gazetesi, sabah yayıncılık A.Ş. bünyesinde yayın hayatına başladı.

2000 yılında gazeteye Ciner grubu ortak olarak girmiş ve zaman zaman kesintili geçen bu ortaklık bir sürecinin sonunda da 3 Mayıs 2005 tarihinde Ciner'in de ortak olduğu Merkez Grubu tarafından satın alınmıştır (Sabah, 2013).

Sabah gazetesi incelenen tüm gazeteler içerisinde ilk sayfada sağlık haberlerine en çok yer veren gazete olmuştur. Bunda etkili olan neden sağlık haberlerini küçük bir spot da olsa ilk sayfalarına taşımalarıdır. Bu durum ise gazetenin sağlık konularına daha duyarlı olduklarını ve halka daha çok bu konuda bilgi aktarmak istediklerini göstermektedir.

4.1.5. Posta Gazetesi

Posta gazetesi, 1995 yılında Doğan Yayın Holding bünyesinde kuruldu. Posta Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Rıfat Ababay, gazetesini "Türkiye'nin en çok satan gazetesi" düzeyine ulaştırdı. Başarısının sırrını ise "annenizin, babanızın anlamayacağı,

utanacağı ve bakmak istemeyeceği haberi koymuyoruz" diye açıklamaktadır (Posta, 2013a).

Posta gazetesinin temel felsefesini Doğan Yayın Holding şöyle ifade etmektedir: "İçeriğiyle, biçimiyle her gün aynı tarzda bir gazete yapar. Okuyucuyu şaşırtmaz. Halk gibi düşünür. Düşündüğünü halkın diliyle, karmaşık tanımlamalara girmeden özetleyerek yazar" (Posta, 2013b).

Posta gazetesi, Sabah, Habertürk ve Hürriyet gazetelerinden sonra sağlık konularına ilk sayfasında yer veren dördüncü gazete olmaktadır. Aslında sağlıkla ilgili konulara iç sayfalarında yer vermektedir ama ilk sayfada spotu dahi geçmediği için araştırma kapsamına anlamamıştır.

4.1.6. Sözcü Gazetesi

Sözcü gazetesi, 27 Haziran 2007 yılında merkezi İstanbul'da olmak üzere kurulmuş olan gazetedir. Daha önceden Gözcü Gazetesi'nde tirajı kaybedip kapanmasından sonra ismi hakları alarak yayına başladı. 2012 yılına girildiğinde ise Sözcü, en çok okunan gazeteler içinde 303.358 tiraj yapan Sabah Gazetesi'ni, 328.030 tirajla geçmiş ve Türkiye'nin en çok okunan 3. gazetesi olmuştur (Sözcü, 2013).

Sözcü gazetesi, araştırma kapsamına alınan gazeteler içerisinde sağlık haberlerine en az yer veren gazete olmuştur. Gazete altı aylık süre içerisinde toplam 20 sağlık haberine ilk sayfasında yer vermiştir. Haberlerin çoğu ilk sayfada spotlardan oluşmaktadır.

4.2. "Türkiye'de 2012 Yılında Sağlık Haberlerinin Ulusal Yazılı Basında Yer Alış Biçimleri Ve Bilgilendirme Düzeyleri (Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü Ve Zaman Gazeteleri Örneği)"nin İçerik Çözümlemesi

Araştırmanın bu bölümünde yazılı basında sağlık haberlerinin ortaya konuluş biçimi ve bilgilendirme potansiyeli üzerinde durulmuştur.

Sağlık haberlerin nasıl aktarıldığını anlamak için öncelikle sağlık haberlerinin yazılı basında, hangi sıklıkta, neyi nasıl anlatarak yer bulduğu bu bölümde ele alınmıştır. Araştırmanın bu bölümü bittiğinde şu konulara açıklık getirilmiş olacaktır:

- Yazılı basında yer alan sağlık haberlerinin dağılımları,

-Yazılı basında yer alan metinlerin kimler tarafından oluşturulduğu,

-Yazılı basında sağlıkla ilgili en fazla hangi konuların haber yapılıp yapılmadığı,

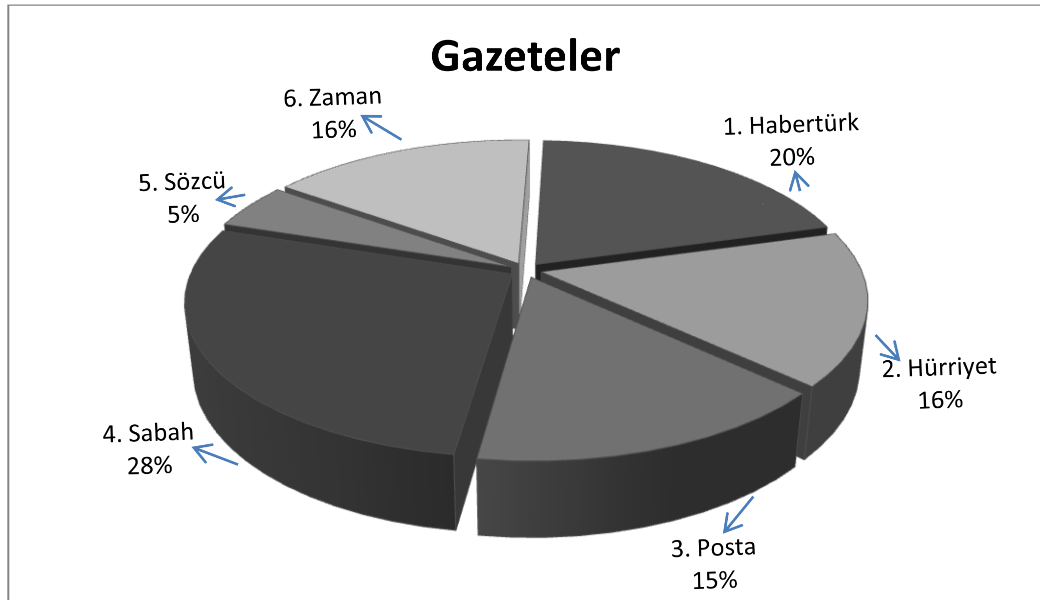
-Yazılı basında yer alan sağlık haberlerinin bilgilendirme düzeyleri,

Sağlık iletişimi ve medya arasındaki ilişki göz önüne alınarak yalpan bu çalışma, sağlıkla ilgili haberlerin haber kaynaklarını, konularını belirleyip, gazetede sağlık haberlerinin hangi günlerde yayınlandığı, hangi konulara daha fazla önem verildiği değerlendirilmiştir.

4.2.1. Gazetelerden Elde Edilen Verilerin Frekans Dağılımları

Bu başlıkta araştırma kapsamına alınan altı gazeteden elde edilen verilerin frekans dağılımları verilmiştir. Verilerin bazıları grafik bazıları ise tablo olarak belirtilmiştir.

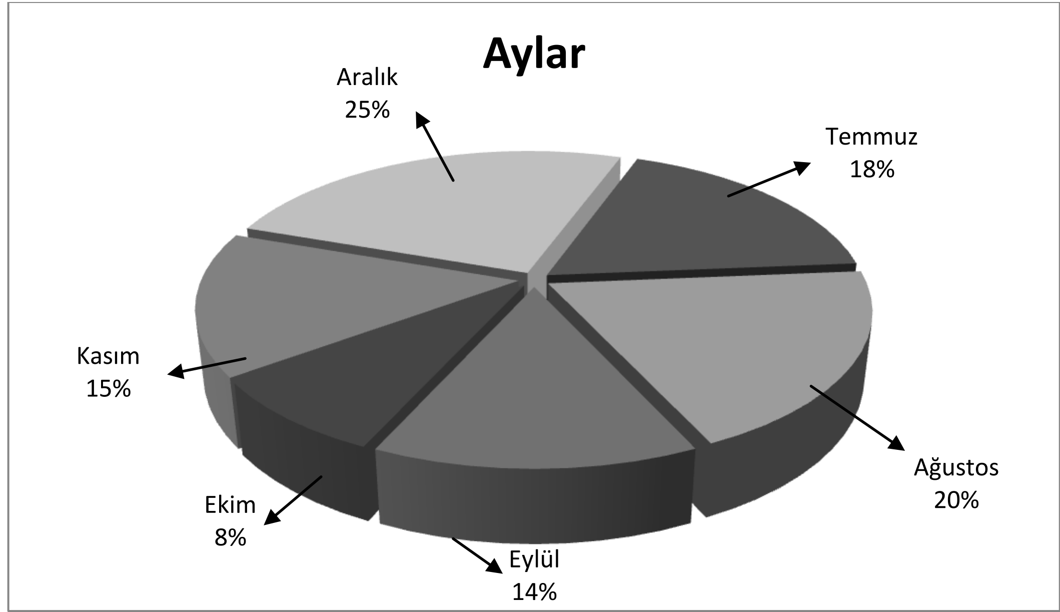
4.2.1.1. Sağlık Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılımı



Grafik 1. Sağlık Haberlerinin Yer Aldığı Gazetelerin Yüzdelik Dağılımları

Sağlık haberleri ele alınırken Habertürk, Hürriyet, Posta, Sabah, Sözcü, Zaman gazeteleri incelenmiştir. Birinci grafikte altı gazetede yer alan sağlık haberlerinin yoğunlukları verilmiştir. Sabah gazetesi %28 oranı ile sağlık haberlerine en çok ağırlık veren gazetedir. Bunu %20 oranı ile Habertürk Gazetesi takip etmektedir. Sözcü Gazetesi % 5 oranı ile sağlık haberlerine en az ağırlık veren gazete olmuştur.

4.2.1.2. Sağlık Haberlerinin Aylara Göre Dağılımı



Grafik 2. Sağlık Haberlerinin Yer Aldığı Ayların Yüzdelik Dağılımları

Sağlık haberinin %25'i Aralık, %20'si Ağustos aylarında yayınlanmıştır. Buna göre, sağlık haberlerinin daha çok Aralık ayında yayınlandığı açıkça görülmektedir.

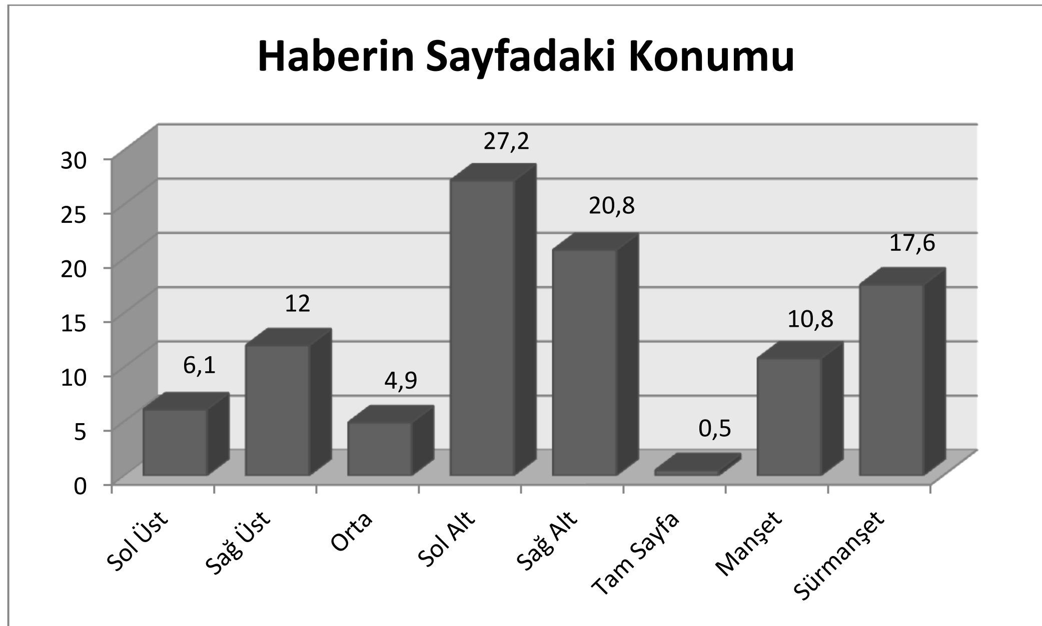
4.2.1.3. Sağlık Haberlerinin Günlere Göre Dağılımı

Tablo 1. Sağlık Haberlerinin Gazetelerde Yayınlandığı Günler

Günler	Frekans	Yüzde
Pazartesi	64	15,7
Salı	61	15,0
Çarşamba	54	13,2
Perşembe	52	12,7
Cuma	46	11,3
Cumartesi	68	16,7
Pazar	63	15,4
Toplam	408	100

Toplam 408 adet sağlık haberinin günlere dağılımına baktığımızda dengeli bir oran göze çarpmaktadır. Sağlık haberlerin çoğu %16,7 oranıyla cumartesi günleri yayınlanmıştır. Pazartesi, salı ve pazar günlerinin oranları ise birbirine yakınlık göstermektedir. En az sağlık haberi ise 11,3'lük oranıyla cuma günleri yayınlanmıştır. Hafta sonları ekonomi ve politikada yaşanan durgunluk sebebiyle sağlık gibi konulara daha fazla ağırlık verildiği de söylenebilir. Hafta sonları insanların gazete dergi gibi yazılı basın türlerini eğlenmek amacıyla daha çok satın almaları, onların sağlık konusunda bilgilenmesini arttırabilmesi açısından çok yerinde bir karar sayılabilir.

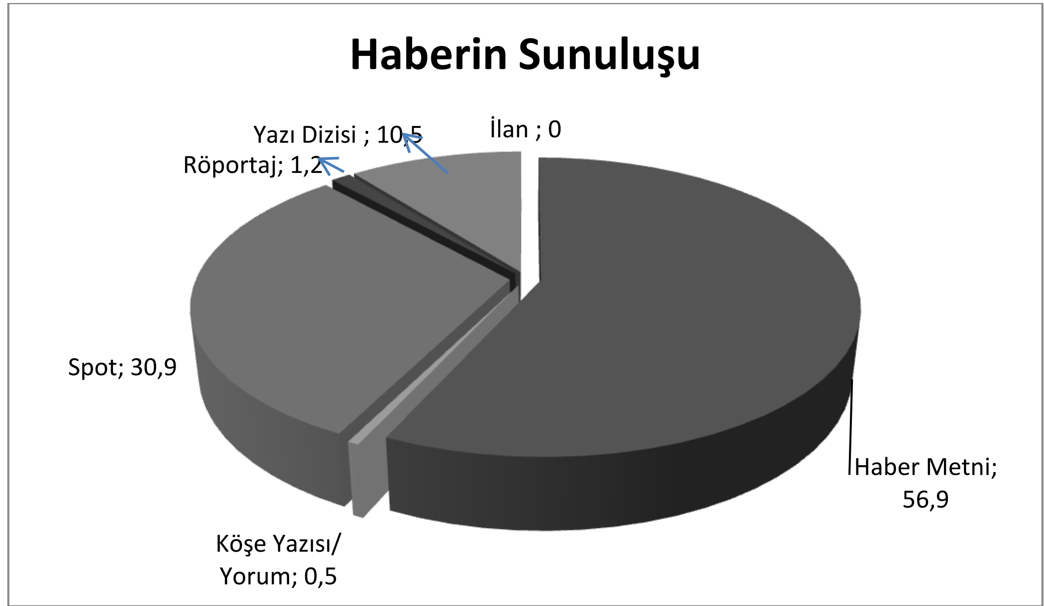
4.2.1.4. Sağlık Haberlerinin Sayfadaki Konumuna Göre Dağılımı



Grafik 3. Sağlık Haberlerinin Gazete Sayfalarındaki Konumu

Bu bilgilere göre haberler gazetelerin ilk sayfalarının daha çok sol alt kısmında yer almıştır (27,2'lik oranla). Sağ alt kısımda yer alan haberlerin oranı ise 20,8'dir ve bu oran sağ alt kısmını ikinci sıraya yerleştirmiştir. Gazetelerde sağlık haberleri en az tam sayfa olarak verilmektedir (0,5'lik oranla).

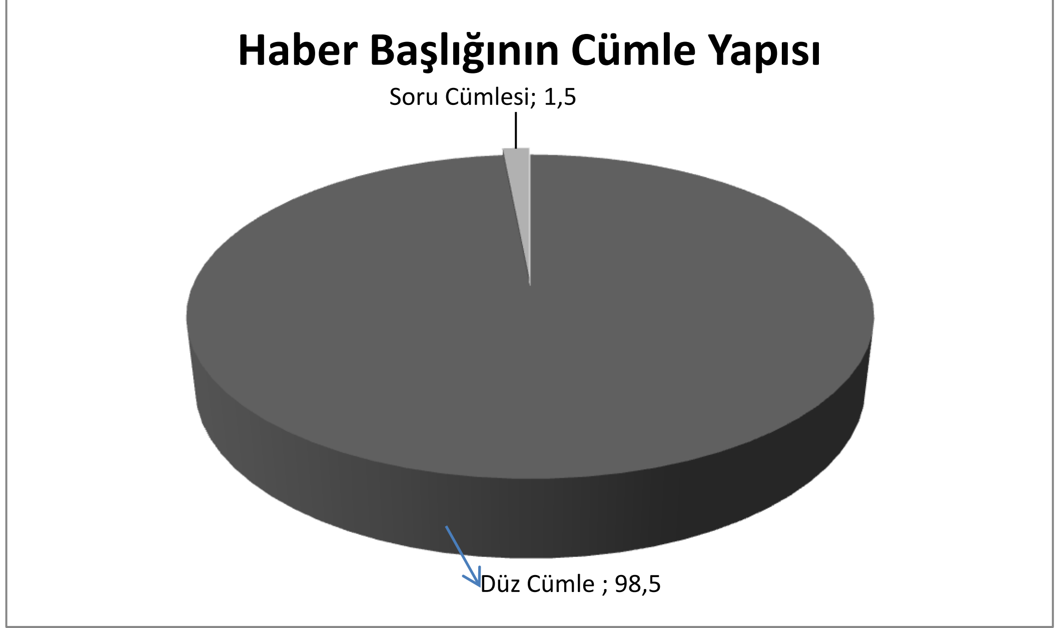
4.2.1.5. Sağlık Haberlerinin Sayfadaki Sunuluş Biçimine Göre Dağılımı



Grafik 4. Haberin Gazete Sayfasında Sunuluş Biçimi

Grafikteki bilgilere göre sağlık haberleri 56,9'luk oranla en çok haber metni şeklinde okuyucuya sunulmuştur. Haber metnini 30,9'luk oranla spotlar takip etmiştir. 10,5'lik oranla yazı dizisi üçüncü sırayı almıştır. Sağlık haberleri gazetelerde en az röportaj ve köşe yazısı/yorum şeklinde yer almıştır. İlan olarak aktarılan haber türüne ise incelenen haberlerde hiç rastlanılmamıştır.

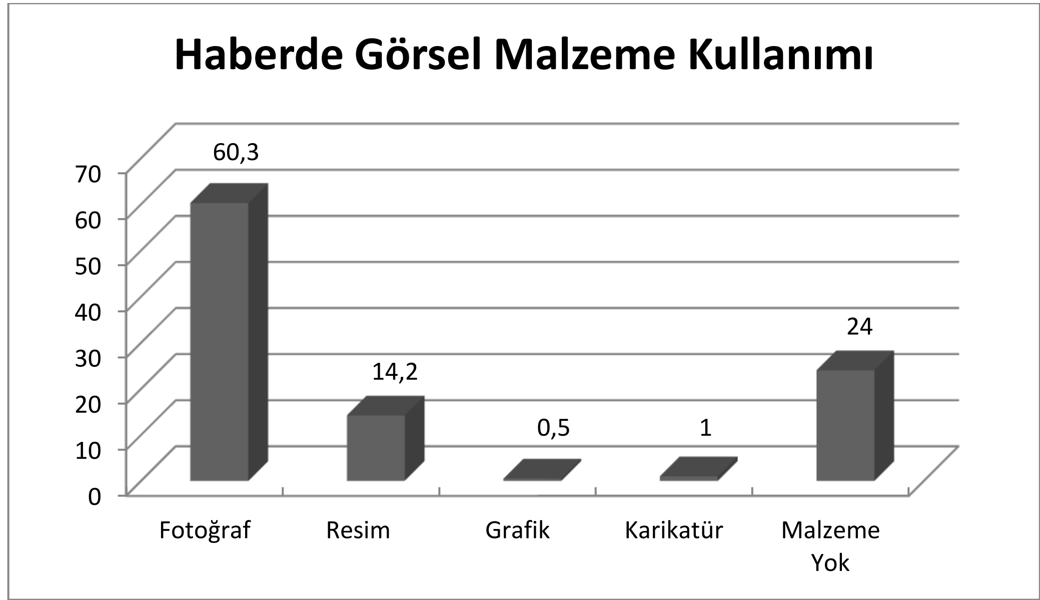
4.2.1.6. Sağlık Haberlerinin Başlık Türlerine Göre Dağılımı



Grafik 5. Haber Başlığının Cümle Yapısı

Grafikteki bilgilere göre, haber başlıkları okuyucuya sunulurken daha çok düz cümle kullanılmıştır. Başlıklarda soru cümlesi kullanımı ise oldukça azdır. Düz cümle olarak hazırlanan başlıklar daha çok kısa ve öz biçimde hazırlanmış ve okuyucunun dikkatini çekmek amaçlanmıştır.

4.2.1.7. Sağlık Haberlerinin Görsel Malzeme Kullanım Durumuna Göre Dağılımı



Grafik 6. Haberde Görsel Malzeme Kullanım Durumu

Buna göre sağlık haberlerinin genelinde görsel malzeme olarak fotoğraf kullanılmıştır (60,3'lük oranla). Bunu 14,2'lik oranla resim takip etmektedir. Sağlık haberlerinde en az grafik ve karikatürlere yer verilmiştir. Haberlerin % 24'ünde ise görsel malzeme kullanılmamıştır. Görsel malzeme kullanımı çok olmasına rağmen, kullanılan görüntüler daha çok güncel görüntülere ait değildir ve genellikle arşivden çıkarılarak kullanılmıştır.

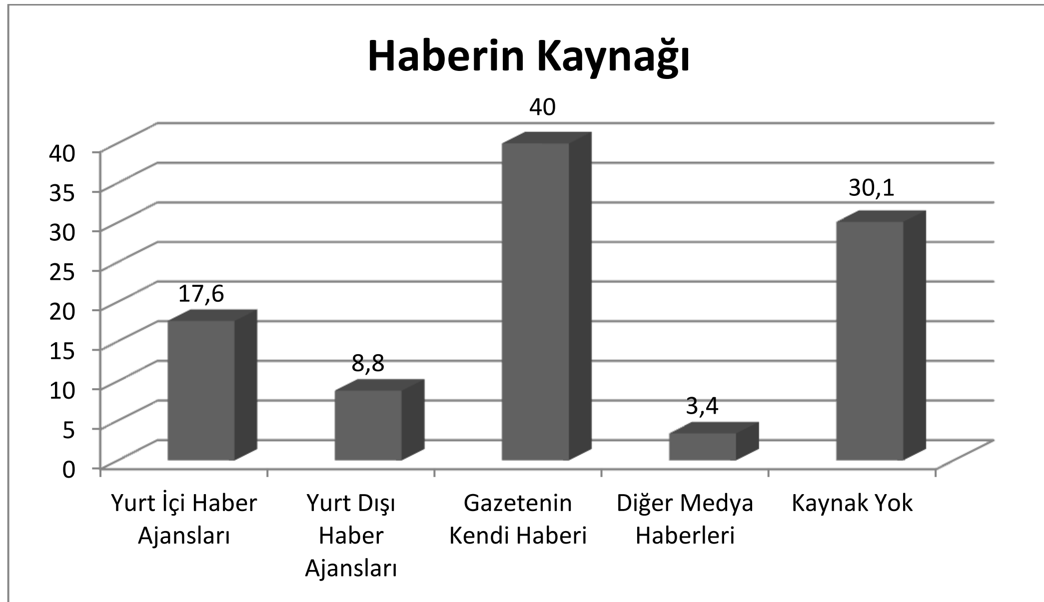
4.2.1.8. Sağlık Haberlerinde Görsel Malzeme Kullanım Durumlarının Konuyla İlgisinin Olup Olmamasına Göre Dağılımı

Tablo 2. Görsel Malzemenin Konuyla İlgisi

Görsel Malzemenin Konuyla İlgisi	Frekans	Yüzde
Var	304	98,1
Yok	6	1,9
Toplam	310	100

Görsel malzeme kullanımının konuyla ilgili olup olmaması arasında büyük bir farklılık vardır (Tablo 2). Gazetenin ilk sayfalarında daha çok ilgi çekmek amacıyla kullanılan fotoğraflar konuyla bütünlük göstermektedir. Bazı haberlerde ise daha çok haber başlığı ile uyumlu fotoğraflara yer verilmiştir.

4.2.1.9. Sağlık Haberlerinin Kaynak Gösterilme Durumuna Göre Dağılımı

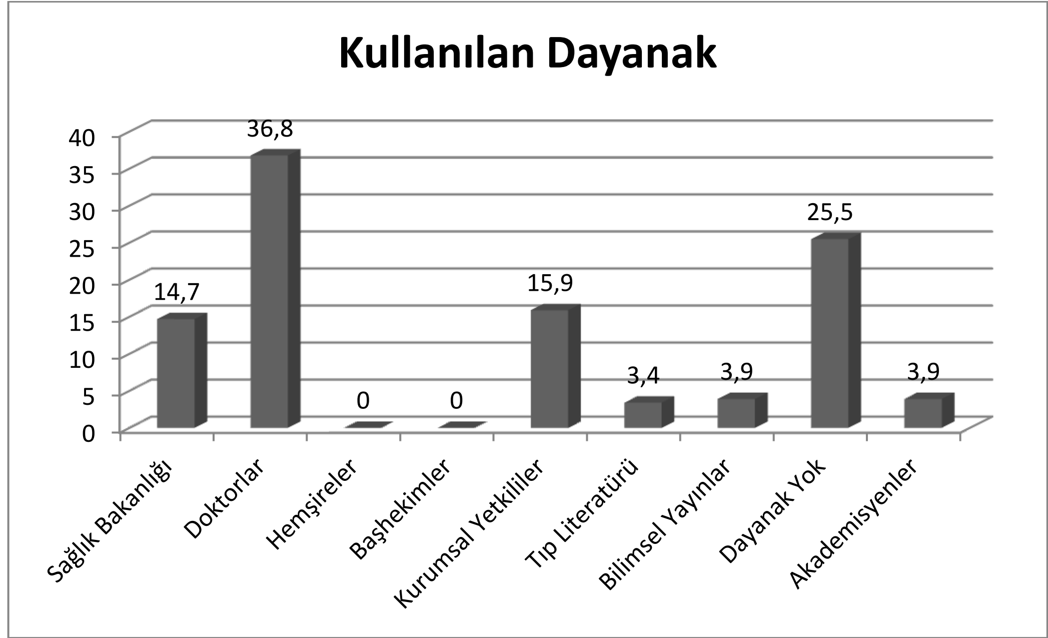


Grafik 7. Sağlık Haberlerinde Haberin Kaynağı

Grafikten elde edilen bilgilere göre sağlık haberlerinde gazeteler daha çok kendi yaptıkları haberleri kullanmaktadır. Gazetenin kendi haberi daha çok röportaj, yazı dizisi şeklinde okuyucuya sunulan haberlerden oluşmaktadır. %30,1'lik büyük bir oranla gazeteler yayınladıkları haberde kaynak göstermemişlerdir. Özellikle sağlık

haberciliğinde kaynağın gösterilmeden haberin yapılması okuyucuda soru işaretleri bırakacaktır. Bu durumda, haberin inanılırlığını ve uygulanabilir olmasını olumsuz yönde etkileyecektir.

4.2.1.10. Sağlık Haberlerinin Olayı Açıklamada Kullanılan Dayanak Durumlarına Göre Dağılımı



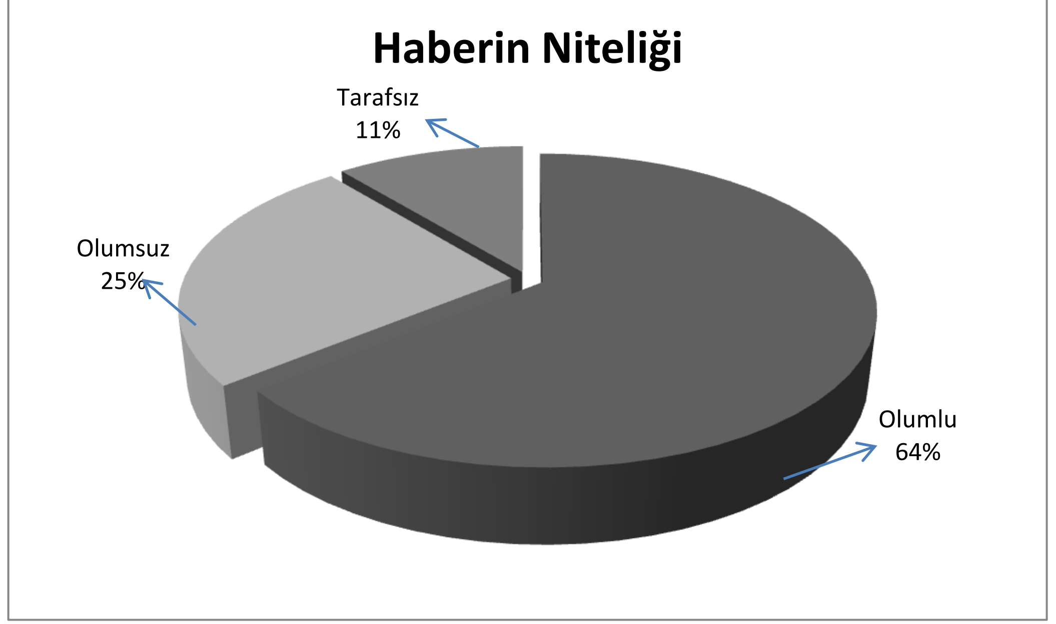
Grafik 8. Haberlerde Olayı Açıklamada Kullanılan Dayanak

Grafiğe göre sağlık haberlerinin dayanağının büyük bölümünü 36,8'lik oranla doktorlar oluşturmaktadır. Doktorlardan sonra 14,7 oranıyla Sağlık Bakanlığı gelmektedir. İncelenen haberlerde hemşireler ve başhekimler dayanak konumunda değildirler. Haberlerde 25, 5'lik oranıyla da dayanak kullanılmamıştır. Özellikle Sağlık haberciliğinde kaynağın dayanağının olmaması okuyucunun sağlık haberlerine güvenini zedeleyebilmektedir. Okuyucu, okuduğu bir haberin kimin ya da hangi kurumun olduğunu merak etmektedir. Bu merak onun ya habere güvenmesini, haberi ciddiye almasını saplayacak ya da hiç okunmamış sayacaktır. Sağlık muhabirleri bu nedenle yazdıkları haberi mutlaka bir kaynaktan doğrulatmalı, emin olmadan haberini yayınlamamalıdır.

"Kurumsal Yetkililer" kategorisine müdürler, sağlık personelleri, adli tıpta çalışan yetkililer gibi sağlık çalışanları kategorize edilmiştir. Bunun yanında "uzmanlar"

diye bir kategori ayrılmamış, uzmanlar "Dayanak Yok" kategorisine dahil edilmiştir. Çünkü "uzmanlar" denilince uzmanın kimliğinin açıklanmaması, neyin uzmanı, kime göre uzman, hangi alanda uzmanlaşmış olduğu belirli olmamaktadır.

4.2.1.11. Sağlık Haberlerinin Nitelik Durumuna Göre Dağılımı



Grafik 9. Sağlık Haberlerin Niteliği

Grafiğe göre sağlık haberlerinin %64'ü olumlu haberlerden oluşmaktadır. Bunu % 25 oranıyla olumsuz haberler takip etmekte, en sonra ise % 11'lik oranla tarafsız haberler gelmektedir. Olumlu haberlerin fazla olmasının sebebi özellikle yaz aylarında zayıflama haberlerinin fazla yer alması ve beslenme, diyetle ilgili önerilere yer veren haberlerin fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Olumsuz haberleri ise daha çok başarısızlıkla sonuçlanan organ nakli haberleri, zayıflama haplarından kaynaklanan ölümler ve obezite ile ilgili haberler oluşturmaktadır.

4.2.1.12. Haber Metninin Özelliklerine Ait Değişkenlerin Durumu

Tablo 3. Haber Metninin Özelliklerine Ait Değişkenlerin Frekans Tablosu

Haber Metninin Özellikleri		Evet		Hayır		Kısmen	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
1	Metinde ağırlıklı olarak yorum yapılmaktadır.	207	50,7	201	49,3	---	---
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır.	392	96,1	13	3,2	3	0,7
3	Dikkat çekici/ İlgi uyandırıcıdır.	396	97,1	12	2,9		
4	Metin kışkırtıcıdır.	2	0,5	406	99,5	---	---
5	Konu gereğinden çok abartılmıştır.	4	1,0	404	99,0	---	---
6	Sansasyonel boyut taşımaktadır.	3	0,7	405	99,3	---	---
7	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir.	379	92,9	27	6,6	2	0,5
8	Magazin boyutu vardır.	32	7,8	376	92,2	---	---
9	Konu rutin bir olaya dairdir.	44	10,8	364	89,2	---	---
10	Başlık ve metin arasında ilişki vardır.	390	95,6	17	4,2	1	0,2
11	Anlaşılması güç terimler yer almıştır.	2	0,5	404	99,0	2	0,5
12	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır.	3	0,7	399	97,8	---	---
13	Metin ayrıntıya boğulmuştur.	9	2,2	399	97,8	---	---
14	Ele alınan konularda olayın tüm boyutları açıklanmıştır.	261	64,0	143	35,0	4	1,0
15	Haberde bilgi hatası vardır.	---	---	408	100,0	---	---
16	Haber nesneldir.	240	58,8	166	40,7	2	0,5
17	Diğer	---	---	---	---	---	---

Toplam 17 maddede belirtilen özelliklerin evet, hayır ve kısmen şeklinde cevapları vardır. Tabloda her bir özelliğin sayısal değeri ve yüzdeleri verilmiştir. Tabloya göre, sağlık haberlerinin %50,7'sinde yorum yapılmıştır. Haberlerin % 96,1'i inandırıcı özellik taşımaktadır. Haber metinindeki kullanılan dilin genellikle açık ve anlaşılır olduğu ve haber başlıkları ve metin arasında da uyum söz konusu olduğu ortaya çıkmıştır. Haberlerin % 64 'ünde ele alınan konunun tüm boyutları açıklanırken, % 58,8 haberde nesnel olarak belirlenmiştir. Haber metinlerinin kışkırtıcı, abartılı ve

sansasyonel boyut taşımaları oldukça düşük bir yüzdeye sahiptir. Haberlerde en az kullanılan seçenek ise kısmen cevabı olmuştur.

4.2.1.13. Haber Metninin Konusuna Ait Değişkenlerin Durumu

Tablo 4. Haber Metninin Konusuna Ait Değişkenlerin Frekans Tablosu

Haber Metninin Konusu		Evet		Hayır		Kısmen	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
1	Sağlık politikasıyla ilgili	74	18,1	334	81,9	---	---
2	Hastalıklar ve tedavisi ile ilgili	89	21,8	319	78,2	---	---
3	Sağlıkla ilgili bilimsel gelişmeler ve bulgular	71	17,4	337	82,6	---	---
4	Alternatif tıpla ilgili	11	2,7	397	97,3	---	---
5	İlaçlarla/medikallarla ilgili	14	3,4	394	96,6	---	---
6	Güzellik ve estetikle ilgili	17	4,2	391	95,8	---	---
7	Beslenme ve diyetle ilgili	56	13,7	352	86,3	---	---
8	Ruh sağlığıyla ilgili	8	2,0	400	98,0	---	---
9	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	38	9,3	370	90,7	---	---
10	Cinsellikle ilgili	7	1,7	401	98,3	---	---
11	Reklam/çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	5	1,2	403	98,8	---	---
12	Tıp sağlığı etiğiyle ilgili	27	6,6	381	93,4	---	---
13	Organ nakli ile ilgili	18	4,4	390	95,6	---	---
14	Diğer	---	---	---	---	---	---

Toplam 14 maddede belirtilen özelliklerin evet, hayır ve kısmen şeklinde cevapları vardır. Tabloda her bir özelliğin sayısal değeri ve yüzdeleri verilmiştir. Tablodan elde edilen bilgilere göre sağlık haberlerinin konularını % 21,’8 lik oranla hastalıklar ve tedavileri oluşturmaktadır. İkinci sırada ise %18,1’lik oranla sağlık politikalar hakkında yapılan haberler gelmektedir. %13,7’lik oranla beslenme ve diyetle ilgili konular üçüncü sırada yer almaktadır. Reklam çıkar amaçlarına yer veren

haberlerle cinselliğe yer veren haberler ise en az yüzdeye sahip konuların başında gelmektedir.

4.2.2. Gazetelerden Elde Edilen Verilerin Çapraz Karşılaştırmaları

4.2.2.1.Gazetelerin Sağlık Haberlerini Yayınladıkları Günler

Tablo 5. Gazetelerin Sağlık Haberlerini Yayınladıkları Günler

Gazete Adları	Haberin Yayınlandıkları Günler							Toplam
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar	
Habertürk	12	18	10	10	8	14	10	82
Hürriyet	4	8	12	10	9	9	14	66
Posta	8	6	12	14	10	8	5	63
Sabah	25	14	10	10	15	18	21	113
Sözcü	7	2	0	2	1	4	4	20
Zaman	8	13	10	6	3	15	9	64
Toplam	64	61	54	52	46	68	63	408

Buna göre gazeteler ve sağlık haberlerini yayınladıklarını günler arasında dengeli bir dağılım gözlenmektedir. Habertürk Gazetesi 18 haberle en çok salı günleri sağlık haberlerine yer verirken, Hürriyet Gazetesi 14 haberler Pazar günü vermiştir. Posta gazetesi 14 haberle Perşembe günleri daha ağırlıklı yer verirken, sabah gazetesi hem pazartesi hem de Pazar günleri daha fazla yer vermiştir. Sözcü gazetesi pazartesi sağlık haberlerine daha çok yer ayırırken Zaman gazetesi Cumartesi günleri daha fazla yer ayırmıştır.

4.2.2.2.Gazetelerin Sağlık Haberlerini Yayınladıkları Aylar

Tablo 6. Gazetelerin Sağlık Haberlerini Yayınladıkları Aylar

Gazete Adları	Haberin Yayınlandıkları Aylar						Toplam
	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	
Habertürk	25	18	13	7	9	10	82
Hürriyet	9	14	9	5	11	18	66
Posta	5	10	5	2	15	26	63
Sabah	22	26	17	12	13	23	113
Sözcü	0	0	0	2	3	15	20
Zaman	13	11	12	5	12	11	64
Toplam	74	79	56	33	63	103	408

Tabloya göre sağlık haberleri en çok Aralık ayında yayınlanmıştır. Sağlık haberlerinin gazetedeki yayınlanma aylarına baktığımızda Habertürk ve Zaman Gazeteleri en çok Temmuz ayında sağlık haberlerine yer vermiştir. Hürriyet, Posta ve Sözcü gazeteleri en çok Aralık ayında yayın yaparken, Sabah Gazetesi Ağustos ayında sağlık haberlerine yer vermiştir.

4.2.2.3. İncelenen Gazeteler ve Haber Metninin Özeliklerine Ait Değişkenlerin Çapraz Karşılaştırması

Tablo 7. İncelenen Gazeteler ve Haber Metninin Özeliklerine Ait Değişkenlerin Analizleri

Haber Metninin Özellikleri		İncelenen Gazeteler																	
		Habertürk			Hürriyet			Posta			Sabah			Sözcü			Zaman		
		E	H	K	E	H	K	E	H	K	E	H	K	E	H	K	E	H	K
1	Metinde ağırlı olarak yorum yapılmaktadır	49	33	--	43	23	--	48	15	--	40	73	--	16	4	--	11	53	--
2	Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır.	77	2	3	66	--	--	63	--	--	111	2	--	12	8	--	63	1	--
3	Metin dikkat çekici/ilgi uyandırıcıdır.	81	1	--	65	1	--	62	1	--	107	6	--	17	3	--	64	0	--
4	Metin Kışkırtıcıdır.	1	81	--	--	66	--	1	62	--	--	113	--	--	20	--	--	64	--
5	Konu gereğinden çok abartılmıştır	2	80	--	--	66	--	1	62	--	1	112	--	--	20	--	--	64	--
6	Sansasyonel boyut taşımaktadır	1	81	--	1	65	--	--	63	--	--	113	--	1	19	--	--	64	--
7	Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	71	11	--	64	2	--	59	4	--	106	7	--	17	2	1	62	1	1
8	Magazin boyutu vardır	11	71	--	3	63	--	3	60	--	11	102	--	2	18	--	2	62	--
9	Konu rutin bir olaya dairdir	3	79	--	2	64	--	5	58	--	22	91	--	1	19	--	11	53	--
10	Başlık ve metin arasında ilişki vardır	78	4	--	62	4	--	63	--	--	108	5	--	17	3	--	62	1	1
11	Anlaşılması güç terimler yer almıştır	1	80	1	--	66	--	--	62	1	1	112	--	--	20	--	--	64	--
12	Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	2	79	1	--	66	--	--	62	1	--	113	--	1	19	--	--	64	--
13	Metin ayrıntıya boğulmuştur	--	82	--	--	66	--	--	63	--	--	113	--	9	11	--	--	64	--
14	Ele alınan konularda olayın tüm boyutları açıklanmıştır.	17	63	2	26	40	--	54	8	1	98	15	--	8	12	--	58	5	1

Tablodan elde edilen bilgilere göre sağlık haberlerinde ağırlıklı olarak Habertürk ve Posta gazeteleri yorum yaparken Zaman gazetesi en az yorum yapan gazete olmuştur. Hürriyet ve Posta gazetelerinin bütün haberleri inandırıcı özellik taşırken bunu 63 haberle Zaman gazetesi takip etmektedir. Tüm gazetelerde sağlık haberlerinin

genelinde metin dikkat çekici/ilgi uyandırıcı bir özelliğe sahiptir. Gazetelerin genelindeki sağlık haberleri kışkırtıcı bir özellik taşımamakta, metinde gereğinden çok abartma bulunmamakta ve sansasyonel boyut taşımamaktadır. Bunun yanında haber metinlerinde açık ve anlaşılır bir anlatım söz konusu olmakta, haberlerin genellikle magazin boyutu tüm gazetelerde az derecede yer almaktadır. Haberlerin rutin bir olaya dayanması tüm gazetelerde dengeli bir dağılım gösterse de Sabah gazetesinin diğer gazetelerden daha fazla rutin olaylara yer verdiği görülmektedir. Gazete dağılımlarında başlık ve metin birbiriyle uyum göstermektedir. Haber metinlerinde anlaşılması güç terimler yer almamakla beraber, okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler de bulunmamaktadır. Gazetelerin genelinde metin ayrıntıya boğulmadan sade bir dille okuyucuya sunulmuş ve ele alınan olayın tüm boyutları da açıklanmaya çalışılmıştır. Haberlerin hiç birisinde bilgi hatası bulunmamaktadır ve genellikle tüm gazetelerde haber nesnel nitelik taşımaktadır.

4.2.2.4. İncelenen Gazeteler ve Haber Metninin Konusuna Ait Değişkenlerin Çapraz Karşılaştırması

Tablo 8. İncelenen Gazeteler Ve Haber Metninin Konusuna Ait Değişkenlerin Analizleri

Haber Metninin Konusu		**İncelenen Gazeteler**																	
		Habertürk			**Hürriyet**			**Posta**			**Sabah**			**Sözcü**			**Zaman**		
		E	**H**	**K**	**E**	**H**	**K**	**E**	**H**	**K**	**E**	**H**	**K**	**E**	**H**	**K**	**E**	**H**	**K**
1	Sağlık politikasıyla ilgili	9	73	--	14	52	--	4	59	--	18	95	--	6	14	--	23	41	--
2	Hastalıklar ve Tedavisiyle ilgili.	16	66	--	14	52	--	15	48	--	22	91	--	7	13	--	15	49	--
3	Sağlıkla ilgili Bilimsel Gelişmeler Bulgular	14	68	--	14	52	--	10	53	--	27	86	--	1	19	--	5	59	--
4	Alternatif Tıpla ilgili	--	82	--	--	66	--	2	61	--	6	107	--	--	20	--	3	61	--
5	İlaçlarla /medikallarla ilgili	5	77	--	2	64	--	1	62	--	3	110	--	--	20	--	3	61	--
6	Güzellik ve estetikle ilgili	4	78	--	2	64	--	6	57	--	1	112	--	3	17	--	1	63	--
7	Beslenme ve diyetle ilgili	15	67	--	8	58	--	12	51	--	8	105	--	--	20	--	13	51	--
8	Ruh sağlıyla ilgili	1	81	--	--	66	--	--	63	--	2	111	--	2	18	--	3	61	--
9	Ana çocuk sağlığıyla ilgili	9	73	--	2	64	--	9	54	--	8	105	--	1	19	--	9	55	--
10	Cinsellikle ilgili	2	80	--	--	66	--	4	59	--	1	112	--	--	20	--	--	64	--
11	Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	3	79	--	2	64	--	--	63	--	--	113	--	--	20	--	--	64	--
12	Tıp sağlık etiğiyle ilgili	9	73	--	12	54	--	2	61	--	4	109	--	--	20	--	--	64	--
13	Organ Nakli ile ilgili	--	82	--	--	66	--	1	62	--	16	97	--	--	20	--	1	63	--
14	Diğer	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tablodan elde edilen bilgilere göre Habertürk gazetesi haber konusu olarak, 16 haberle en çok hastalıklar ve tedavileriyle ilgili haber yapmıştır. Daha sonra 15 haberle beslenme ve diyetle ilgili haberler ikinci sırada yer almıştır. Ayrıca Habertürk gazetesi alternatif tıp ve organ nakli ile ilgili hiç haber yayınlamamıştır. Hürriyet gazetesinde Sağlık politikaları, hastalıklar ve tedavileri, sağlıkla ilgili bilimsel gelişme ve bulgular konuları 14'er haberle dengeli bir dağılımı göstermektedir. Ayrıca Hürriyet gazetesi alternatif tıp, ruh sağlığı, cinsellik ve organ nakli konularında hiç haber yayınlamamıştır. Posta gazetesi en çok haberi hastalıklar ve tedavileriyle ilgili konularda yayınlarken (15 haber), ruh sağlığı ve reklam/çıkar amaçlı haber

yayınlamamıştır. Sabah gazetesi 27 haberle sağlıkla ilgili bilimsel gelişme ve bulgular konularında en çok yayın yaparken, 22 haberle bunu hastalıklar ve tedavisi takip etmektedir. Sabah gazetesi de reklam /çıkar amaçlı haber yayınlamamıştır. Sözcü gazetesi 7 haberle en çok hastalılar ve tedavisiyle ilgili haber yaparken bunu 6 haberle sağlık politikaları izlemiştir. Sözcü gazetesi ayrıca alternatif tıpla, ilaçlarla /medikallarla, beslenme ve diyetle, cinsellikle, tıp sağlık etiğiyle, organ nakliyle Reklam/Çıkar amaçlı unsurların kullanımıyla ilgili hiç haber yapmamıştır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. GENEL DEĞERLENDİRME

Araştırmanın bu bölümünde genel bir değerlendirme yapılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler ışığında bulgulara yer verilmiş ve çıkan sonuçlara göre önerilerde bulunulmuştur.

5.1. Araştırmadan Elde Edilen Bulgular

Araştırmanın yürütüldüğü 2012 yılının son altı ayında, Hürriyet, Habertürk, Sabah, Posta, Sözcü ve Zaman gazetelerinde yer alan sağlık haberlerinin genellikle dengeli bir dağılım gösterdiği görülmektedir. Dengeli bir dağılım görülmesine rağmen incelenen sağlık haberi 408'dir ve bu rakam altı aylık süre için oldukça düşük bir rakamdır. Bunun yanında söz konusu aylar içerisinde Sözcü gazetesinde yer alan sağlık haberleri oranının oldukça düşük olduğu da görülmektedir (Bkz: Grafik 1). Sağlık haberlerinin gazetelerde düşük yer almasının sebebi, inceleme kapsamına sadece birinci sayfalardaki sağlık haberlerinin ve birinci sayfada geçen sağlık haberlerinin spotlarının dahil edilmiş olmasıdır. Bu nedenle birinci sayfada yayınlanmayan ve spotu geçmeyen sağlık haberleri araştırma kapsamına alınmamıştır. Bu durum " sağlık haberleri gazetelerin ilk sayfalarında diğer haberlere oranla daha az yer tutmaktadır" şeklindeki hipotezimizi doğrulamaktadır.

Altı aylık süre zarfında en fazla sağlık haberi Aralık ayında yayınlanmıştır. Aralık ayını Ağustos ayı takip etmektedir (Bkz: Grafik 2). Elde edilen bu veriler "Basılı yayınlar sağlık haberlerine yetersiz ve benzer oranda yer vermektedir" şeklindeki hipotezimizi de doğrulamaktadır.

Sağlık haberlerinin yayınlandığı günler arasında önemli bir farklılığın olmadığı, sağlık haberinin haftanın her günü aynı oranlarda gazetelerde yer aldığı Tablo 1 incelendiğinde açıkça görülmektedir. Bu veriden elde edilen sonuca göre "Sağlık haberlerinin yayınlanmasında günler arasında çok büyük farklılıklar yaşanmamaktadır" şeklindeki hipotezimiz doğrulanmaktadır.

Sağlıkla ilgili yapılan haberler genellikle haber metni olarak yazılmış ve gazetenin en çok sol alt kısmında yer almıştır (Bkz: Grafik 3,4). Gazetelerde sağlık

haberleri başlıkları genellikle düz cümle olarak yazılmış soru cümlelerine çok az bir oranda yer verilmiştir (Bkz: Grafik 5).

Gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerinde görsel malzeme olarak genellikle fotoğrafın kullanıldığı görülmektedir (Bkz: Grafik 6). Bunun yanında kullanılan görsel malzemenin de büyük oranda konuyla ilgisinin olduğu, alakasız görüntülerin yayınlanmadığı ortaya çıkmıştır (Bkz: Tablo 2).

Sağlık haberlerinin yayınlanmasında gazeteler daha çok kendi yaptıkları sağlık haberlerini gazetelere taşımışlardır ve genellikle kaynak göstermemişlerdir (Bkz: Grafik 7). Bunun yanında haberde kullanılan dayanak olarak ilk sırada doktorların gelmesine rağmen bunu “dayanak yok” kategorisi takip etmektedir (Bkz: Grafik 8). Bu durum gazete yayınlanan haberlerin daha çok yeterli uzmanlaşma gerektirmeden haberin yapıldığını göstermektedir. Bu sonuç, “gazetelerde, sağlık haberciliği alanında yeterince kurumsallaşma sağlanamamıştır” şeklindeki hipotezimizi doğrulamaktadır.

Sağlık haberlerinde genellikle haberler olumlu yönden yaklaşılmış olumsuz görüş ve metinlere çok yer verilmemiştir (Bkz: Grafik 9).

Gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerine ilişkin sorulan 17 sorunun cevapları irdelendiğinde şu bulgular ortaya çıkmaktadır:

Gazetelerde yer alan sağlık haberleri metinlerinde genellikle yorum yapıldığı (50,7), metnin inandırıcı bir özellik taşıdığı (96,1), metnin dikkat çekici/ilgi uyandırıcı olduğu (97,1), metnin kışkırtıcı (99,5), sansasyonel (99,3) olmadığı, metinlerde konunun gereğinden çok abartılmadığı (99,0), metnin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahip olduğu (92,9), metinlerde magazin boyutunun olmadığı (92,2), haber metinlerinin rutin bir olaya dayanmadığı (89,2) ortaya çıkmıştır. Ayrıca sağlık haberlerindeki metinlerde başlık ve metin arasında ilişki olduğu (95,6), anlaşılması güç terimlerin yer almadığı (99,0), okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımadığı (97,8), metnin ayrıntıya boğulmadığı (97,8), metinlerde ele alınan olayın tüm boyutlarının açıklandığı (64,0), metinlerde bilgi hatası bulunmadığı (100,0) ve haber metinlerinin genellikle nesnel olduğu (58,8) ortaya çıkan bulgular arasındadır (Bkz: Tablo 3). Elde edilen bu bulgular ışığında “sağlıkla ilgili haberlerin yazımında geçmiş yıllara oranla daha açık ve anlaşılır bir dil, abartılı anlatılardan uzak, inandırıcı özellikler kullanılmıştır” şeklindeki hipotezimiz doğrulanmıştır.

Gazetelerde yer alan sağlık haberlerinin metin konularına ilişkin sorulan 14 soruya verilen cevaplar incelendiğinde şu bulgular ortaya çıkmaktadır:

Sağlık haberlerini oluşturan konuların sağlık politikalarıyla ilgili olduğu (18,1), hastalıklar ve tedavileriyle ilgili olduğu (21,8), sağlıkla ilgili bilimsel gelişmeler ve bulguların olduğu (17,4) ortaya çıkmıştır. En az konuları oluşturan kategoriler ise ruh sağlığıyla ilgili konular (2,0,), cinsellikle ilgili konular (1,7), reklam/çıkar amaçlı unsur kullanımının söz konusu olduğu konular (1,2) oluşturmaktadır (Bkz: Tablo 4). Elde edilen bu bulgular ışığında "sağlık haberciliğinde reklamdan ve çıkar ilişkisinden uzak bir anlayış vardır" hipotezi ile " sağlık haberciliğindeki öncelikli konuyu hastalıklar ve bu hastalıkların tedavileri oluşturmaktadır" şeklindeki hipotezlerimiz doğrulanmıştır.

5.2. Sonuç ve Değerlendirme

Son yıllarda özellikle hastalık, sağlık, beslenme, obezite gibi kavramlarından günlük yaşam alanlarında sıkça söz edilmeye başlanmıştır. Bireyler artık daha sağlıklı yaşamanın yollarını aramakta ve bu durum da bireyleri "sağlıklı" olmaya doğru yönlendirmektedir. Sağlık konularında yapılan düzenlemelerden başlayıp sosyal hayatın içinde yer alan sağlık konularının yerini genişletmesine kadar oluşan gelişmelerde sağlıkla ilgili bilgi kirlenmeleri de görülmektedir. Bu kirlenmenin odağında da kitle iletişim araçları vardır. Özellikle son yıllarda görülen sağlık haberciliğindeki artışlar nedeniyle sağlık haberleri iyi bir süzgeçten geçirilerek verilmeli, haberdeki söylemler konunun uzmanları tarafından mutlaka doğrultulduktan sonra haber yapılmalıdır.

Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde sağlık muhabirlerinin, daha fazla ve daha etkin görev ve sorumluluklar almaları gerekmektedir. Bu görev ve sorumluluk sürecinde gazeteci sağlık alanında uzmanlaşmaya daha fazla önem vermelidir. Ayrıca sağlık muhabirleri rastgele haber yapmamak için bu alandaki eğitimlerini de sorgudan geçirmelidir. Sadece sağlık haberciliğinde uzmanlaşmak da çoğu zaman yetmemektedir. Çünkü birçok alanda olduğu gibi sağlığında alt dalları vardır. Gazeteci sağlık alanına yöneldiği zaman kendine mutlaka bir alt dal da seçmelidir.

Sağlık haberciliğinde ilgi çekici bulunup okunsun diye, kaynak kişilere danışılmadan haber yapılması günümüzde yapılan hatalardan biridir. Bu tür haberler gazetecinin sonuçlarını önceden düşünmeden yaptığı haberlerden oluşmaktadır ve bireylere gereksiz yere umut veya umutsuzluk verebilir. Aynı konu hastalık tedavilerinde kullanılan ve özellikle yeni bulunan ilaçlarda da kendini göstermektedir. Bir ilacın etkilerinden ve yararlarından bahsetmeden önce yan etkilerinden halkın anlayacağı bir dille bahsetmeli, ve bireyler doğru bilgilendirilmelidir. Bu konuda

Türkiye'de çeşitli önlemler almıştır. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde de yer alan; "sansasyondan kaçınılması, umutsuzluk veya sahte umut verecek yayın yapılmaması, kesinleşmemiş sonuçların kesinmiş gibi yayınlanması, izin alınmadan görüntü alınması" gibi birçok unsur gazetecilik etiği ile de yakından ilgilidir.

Medyada yayımlanan bir araştırma sonucunun güvenilirliğinin en önemli adımlarından biri, bir araştırma sonucunun güvenilirliğinin bazı kriterlere dikkat edilerek okunmasıdır. Bu amaçla okuyucu/izleyicinin şu soruları kendisine sorması gerekmektedir (Sırc, 2008:160):

-Araştırmayı nasıl ve nereden duydunuz?

-Araştırmayı kim yaptı?

-Araştırmayı yapanlar bu konuda konuşmak için gerekli niteliğe sahipler mi ?

-Araştırma için kim para ödedi?

-Araştırmaya kimler katıldı, kaç kişi ve nasıl seçildiler?

-Katılımcılar nasıl seçilmişler?

-Seçilen yöntem herkesin kullanacağı en iyi yöntem miydi?

-Çalışma için hangi etik onay istendi ve elde edildi?

-Çalışma ne kadar sürdü?

-Çalışma yayımlandı mı ya da yayımlanacak mı?

-Araştırma alana yeni bir şey kattı mı?

-Araştırma kamuya ulaştı mı?

Birey bu sorulara yanıt vererek haber konusunda daha bilinçlenmiş olacak ve diğer haberleri de bu bilinçle okumaya başlayacaktır.

Sağlık alanında yazılan her haber önemlidir. Ancak her ülkenin farklı sağlık sorunları vardır ve her ülke kendi sorunlarına göre çalışmalar yapmalıdır. Ülkemiz koşulları açısından da nüfusun kalabalık olması göz önüne alınmalı ve toplumu ilgilendiren konular öncelikli olarak işlenmelidir. Nüfusumuzun büyük bir çoğunluğunun gençlerden oluşması nedeniyle gençliğe yönelik sağlık programlarına da ağırlık verilmelidir. Yapılan programlar, yazılan haberler hastalıkla ilgili bilgi vermekten çok bu hastalıklara yakalanmamayı anlatmalı yani sağlığın korunması haberlerine öncelik vermelidir. Bu konuda en büyük iş Sağlık Bakanlığı'na düşmektedir. Sağlık Bakanlığı medya kuruluşlarına sağlıkla ilgili daha çok bilgi aktarmalı ve halkı bu yönde daha çok bilinçlendirmelidir. Yalnız bu bilgi aktarımı yılda bir iki kez değil yıl içerisinde sürekli hale getirilmelidir ve halkın anlayacağı bir

anlatıma sahip olmalıdır. Özellikle Sağlık Bakanlığı'nın son yıllarda televizyon kanallarında yayınlamış olduğu kamu spotları halkı bilinçlendirmek için etkili bir yol olmaktadır.

Sağlık ve sağlık haberciliği konularında genel bir değerlendirme yapacak olursak şu sonuçlara ulaşabiliriz:

-Yazılı basında görev yapan muhabirler sağlık haberciliği konusunda kendini daha fazla geliştirmelidir. Bu amaçla yapılacak olan ilk şey sağlık konularına daha fazla ağırlık vermek ve haberi dikkat çekecek bir yönle yayınlamaktır. Bunun için sağlık haberleri gazetelerin ilk ve arka sayfalarına daha fazla taşınmalı ve okurların sağlık eğitimine katkıda bunmalıdır.

-Sağlık muhabirleri yayınlayacakları haberi konunun uzmanı olan kişilere onaylatmalıdır. Çünkü bilindiği gibi rast gele söylenmiş bir sözdense konunun uzmanı tarafından yapılan bir açıklama daha dikkat çekmekte ve bu halk arasında " profesör açıklama yaptı tabiî ki doğrudur" gibi söylemler oluşturmaktadır.

-Konunun uzmanı tarafından yapılan açıklamaların yanında sağlık haberleri eğitici yayınlarla da desteklenmeli, ülkemizde yapılan sağlık araştırmaları da gündeme taşınmalıdır.

-Gazetelerde yayınlanan sağlık haberleri gündem oluşma özelliklerine sahip oldukları için en fazla sağlık haberi konusunu hastalıklar oluşturmaktadır. Hastalıklar konusu gündeme taşınırken bilgilendirme düzeyleri yüksek tutulmalı halka boş umut vermemelidir.

-Sağlık muhabirleri yayınlayacakları haberleri herkesin anlayacağı bir dille yazmalıdır ve teknik kelimelere çok fazla yer vermemelidir.

-Sağlık muhabirleri daha fazla kişi okusun, çok dikkat çeksin, ilgi uyandırsın diye haber başlıklarını çok abartılı biçimde vermemelidir. Örneğin bir kanser tedavisinde yeni bir buluş "kansere çare bulundu" şeklinde verilmemelidir. Çünkü çok çeşitli kanser türleri vardır ve her yeni buluş her türlü kanseri yok etmemektedir. Bu tür haberler özellikle kanserli hastalara gereğinden fazla heyecan verir ve bu tür haberlerin hastaları hayal kırıklığına uğratması mümkündür.

-Sağlık muhabirleri sağlık alanında yeni, gelişen, büyüyen, teknolojik ve pratik bilgileri aktarmakla kalmamalı, sağlıklı yaşamayı anlatacak yazılarda yazmalıdırlar.

-Sağlık muhabirleri aile bireylerini sağlık haberlerini okumaya ve daha sağlıklı bir yaşama yönlendirecek projelere destek vermeli ve bu konuda kamuoyu oluşturmalıdır.

-Medya organlarının yayın politikalarındaki hatalar ve yanlış stratejiler gündemi normalden fazla meşgul etmektedir. Bu durum da medya organlarının ana amaçlarından uzaklaşmalarını ve bireylerin sağlık davranışlarında olumsuz değişimlere yola açmasını tetiklemektedir.

-Sağlığın geliştirilmesi ve bireylerin kendi sağlıklarını ellerinde bulundurması için kamuoyunun sağlık haberlerini takip etmeleri gerekmektedir. Bu nedenle yazılan haberlerin kamuoyunu yanlış yönlendirmemesi gerektiği unutulmamalıdır.

-Sağlık alanında haber kaynağı olacak kişi, kurum ve kuruluşlar da eğitilmelidir. Onların sağlık konusunda bilinç düzeylerinin arttırılması, hastalıklarda oluşan risk faktörleriyle mücadelede halkı bilinçlendirmeleri ve gerekli önlemlerin alınmasını sağlamaları, sağlık davranışının kazanılmasında sağlık haberlerini takip etmeleri de büyük önem kazanmaktadır.

-Sağlık haberciliği alanında çalışan muhabirlerin eğitimleri de sürekli tutulmalı ve muhabirler, sağlıkla ilgili gelişmeleri ve eğitimleri düzenli takip etmelidirler. Çünkü yeniledikleri her bilgi haberlerini aktardıkları bireyler için önem kazanmaktadır.

-Sağlık muhabirliği ülkemizde iletişim fakültelerinin bir çoğunda ders olarak verilmemektedir. Bu konu sağlık muhabirliğinin iletişim fakültelerinde zorunlu olarak verilmesi gereken bir ders olarak ele alınmalıdır ve sağlık haberciliği ayrı bir alan olarak tanıtılmalıdır.

KAYNAKÇA

Akdoğan, Y., *"Görsel İktidar",* İnsan Yayınları, İstanbul, 1995, s. 65.

Altun, İ., "Kocaeli'nde yaşayan halkın sağlıkla ilgili tutumlarına ve sağlıklı yaşam biçimi davranışlarına ilişkin bir çalışma", *Sağlık ve Toplum Dergisi*, 2002, 12(3), s. 41-51.

Alver, F., *"Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri"*, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2007, s. 84.

Anderson, A., *"Communication or Spin? Source-Media Relations in Science Journalism"*, 2005, s.188.

Apps, L., *"Media Ethics in Australia"*, Journal of Mass Media Ethics, 1990, s. 122.

Aslan, K., *"Haberim Var"*, Anahtar Yayınları, İstanbul, 2003, s. 4,171,181.

Asna, A., *"Public Relations: Temel Bilgiler"*, Der Yayınları, İstanbul, 1993, s.152.

Ayaz B., *"Türkiye'de İnsan Hakları ve Kürt Sorunu Örneğinde Türk Basını"*, İnsan Hakları Dizisi, Belge Yayıncılık, İstanbul, 1997, s.46.

Aziz, A., "*Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim"*, İLAD Yayın, Ankara, 1990, 35-119.

Bayram, N., *"Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi"*, Ezgi Kitapevi, Bursa, 2004, s.13.

Belsey, A., Chadwick R., *"Ethical Issues in Journalism and the Media - Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar"*, Çev: Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1994, s.142.

BİK, (Basın İlan Kurumu), Tiraj Raporu, http://www.bik.gov.tr/istanbul/ekim-2013-tiraj-raporu, 31 Ekim 2013 tarihinde erişim sağlandı.

Bilgin, N., *"İçerik Analizi"*, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir, 2000, 1-23.

Bülbül, R., *"Genel Gazetecilik Bilgileri"* (I. Baskı), Nobel Yayınları, Ankara, 2000, s.209.

Clift E., Freimuth V., *"Health Communication:What İt İs and What it Can Do For You?"*, Journal of Health Education, vol.26, no.2, 1995, s. 68,74.

Curran,J., *"Adversitising as a Patronage System"* in Chiristian, H.ed., The Sociology of Journalism and The Pres, Sociologicial Review Monograpp, 1980, s.29.

Çakır, H., *"Gazeteciliğe Giriş"* (I. Baskı), Tablet Yayınları, Konya, 2007, 123.

Çınarlı, İ., *"Sağlık İletişimi ve Medya",* Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008 s. 39,40.

Çınarlı, İ., "Bilim ve Sağlık Haberciliği: Kamu Yararına Doğru , Ulaşılabilir ve Kullanılabilir Enformasyon İletimi ve Sorumluluklar", Metin Işık, Ayhan Erdem, *"Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim",* Eğitim Kitabevi, Konya, 2008, s.146.

Dağlı, N., *"Gazete Yayımlama Teknikleri (Uygulamaları)"*, İmaj Yayınevi, Ankara, 1995, s. 103.

Demez, G., *"Medya Dili:Basında Yer Alan Cinayet Haberlerinin İçerik Çözümlemesi",* Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Genel Sosyoloji ve Metodoloji Programı, Yüksek Lisans Tezi, 1998, s.78.

Demir, M., *"Sağlık Haberleri ve Medya Gerçeği",* Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2010, s.50.

Demir, V., "Medya ve Etik", *11.Yerel Medya Eğitim Semineri*, 26-27 Mayıs 2005.

Demirkent, N., *"Sayfa Sayfa Gazetecilik"* (I. Baskı). Altın Kitaplar, İstanbul, 1982, s.122.

Dizdar, Y., *"Sağlık Bilinci ve Medya"* , Tebliğ Özeti, Kumburgaz, 18-20 Haziran 1999, s.30-31.

Doğan D.M., *"İletişim veya Dehşet Çağı"*, Timaş Yayınları, İstanbul, 1993, s.51.

Donohew, L., ve Ray, E.B. *"Introduciton: Systems Perspectives on Health Communication."* Communication and Health. Eileen Berlin Ray ve Lewis Donohew (der.) içinde. 1990, USA: Lawrence Erlbaum Associates Inc. s. 3-8. (http://obssr.od.nih.gov/soaring/finnegan.pdf. 17 Mayıs 2013 tarihinde erişildi.)

Dumanlı, E., *"Medya-Makasların Gölgesinden ilkelerin Zirvesine"*, Zaman Kitap, İstanbul, 2003, s.44.

Ekici, A., *"Trafik Kazası Haberlerinin Medyada Sunumunun Cumhuriyet, Hürriyet Ve Zaman Gazetesi Örneklerinde İncelenmesi"*, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2006, s.130.

Erbaydar, T., "Halk Sağlığı Açısından Sağlık İletişimi", *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 25 (4), 2003 Özel Eki, s.47.

Erdoğan, İ., Alemdar K. *"Öteki Kuram"*, Erk Yayınları, Ankara, 2002, s.69.

Erdoğan, İ., *"Tekelleşme, Medya ve Medya Pratikleri"*, Toplum ve Hakem Dergisi, Cilt 17, 2002, s. 6.

Eryılmaz, T., *"Gazetecilik ve Habercilik"*, Habercinin El Kitabı, Çev.Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2003, s.187.

Foucault, M., *"Kliniğin Doğuşu*", Çev., Temel Keşoğlu, Doruk Yayınları, İstanbul, 2002.

Gaillard P., *"Gazetecilik"*, Çev: Mehmet :Şakiroğlu, Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991, s. 29-35.

Gaillauma Y, *"La Presse en France"*, Paris, 1990, s.9.

Gans, H.J., *"Deciding What's News: A Study of CBS"*, Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. N.Y. :Pantheon Books, 1979.

Girgin, A., *"Yazılı Basında Haber ve Gazetecilik Etik'i",* İnkılap Yayınevi, İstanbul, 2000, s. 75, 78.

Girgin, A., "*Haber Yazma Teknikleri (Haberci Adayının El Kitabı)"* İnkılap Yayınevi, 2005, s. 14,16.

Girgin, A., "*Haber Yazma Teknikleri"*, İnkılâp Kitabevi, İstanbul, 1998, 24.

Girgin, A., *"Tarafsızlık (Nesnellik, Objektiflik)"*, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayını, 2001, 11. Sayı, s. 11.

Gökçe, O., *" İçerik Çözümlemesi"*, Selçuk Üniversitesi Yayınları, 2001, Konya, s. 14-106.

Güz, N., "Türk Basınında Günden Oluşturma", *Yeni Türkiye Dergisi*, Medya Özel Sayısı-II,1996, s. 938.

Güz,N., *"Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları"*, Nobel Yayınları, Ankara, 2005, s. 64.

Habertürk, (2013a), Habertürk Gazetesi, 31 Ekim 2013 tarihinde http://tr.wikipedia.org/wiki/Gazete_Habertürk adresinden erişilmiştir.

Habertürk, (2013b), Habertürk Gazetesi, 31 Ekim 2013 tarihinde http://tr.wikipedia.org/wiki/Berliner_(format) adresinden erişilmiştir.

Hansen, A., *"İçerik Çözümlemesi"*, İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi içinde, Der. M. Sadullah Çebi, Alternatif Yayınları, 2003, Ankara, s.49-96.

Herkner, W., *"İçerik Çözümlemesi"*, Der. Çev. Murat Sadullah Çebi, "İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi", Alternatif Yayınları, Ankara, 2003, s.124-170.

Hohenberg, J. *"Gazetecilik Mesleği",* Çev: Filiz Ofluoğlu, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları İstanbul, 1963, s.27, 39.

Hohenberg, J. *“The Professional Fournalist”* 1978, Çev: Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, No:8, Ankara, 1987, s.61.

Holsti, O.R., “*Connect analysis for the social sciences and humanities”* Reading Mass:Addison- Wesley Publishing, 1969, s. 14.

Hough, G. “*News Writing”*, 1984, Akt.Sacide Vural, Kitle İletişiminde Üretim Stratejileri, Ankara, 1994, s.66.

Hürriyet, (2013a), Hürriyet Gazetesi, 31 Ekim 2013 tarihinde http://www.turkcebilgi.com/ansiklopedi/hurriyet_(gazete) adresinden erişildi.

Hürriyet, (2013b), Hürriyet Gazetesi, 31 Ekim 2013 tarihinde http://www.hurriyetkurumsal.com/ adresinden erişildi.

Illich, I., *“Sağlığın Gaspı”* , Çev., Süha Sertabiboğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1995

İnal, A. “Medya, Dil ve İktidar Sorunu, İletişim Çalışmalarında Medya ve Siyaset İlişkisini Nasıl Tartışmalıyız?”, *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, Ankara, 1999, s.13.

İnal A., *“Haberi Okumak”,* Temuçin Yayınları, İstanbul, 1996, s.57.

İnuğur M.N., *“Basın ve Yayın Tarihi”*, Çağlayan Basımevi, İstanbul, 1982,s.42.

İrvan, S., *“Medya, Etik ve Hukuk”*, Habercinin El Kitabı, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2003, Der.Sevda Alankuş, s.59-62.

İrvan, S., *“Medya ve Etik”* 2001. http://eski.bianet.org/diger/egitim888.htm adresinden 18 Ekim 2013 tarihinde erişildi.

Kanber, R. *“Medya ve Sağlık”*, Türk Sağlık-Sen Yayınları, Ankara, 2003, s.35.

Karagöz, K., *“Sağlık Haberlerinin Kamuoyunu Yönlendirme İşlevi: Dilovası’ndaki Kanser Vakalarının Türk Yazılı Basınına Yansımaları”*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2012, s.38.

Karasar, N., *“Bilimsel Araştırma Yöntemleri”,* 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd., Ankara, 1994, 184.

Kreps, G. L., vd. *“The History and Development of the Field of Health Communication.”* Health Communication Research: A Guide to Developments and Directions. Der: L.D. Jackson ve B.K. Duffy, USA: Greenwood Press. 1998, s.1-15.

Krippendorf, K., *"Connect analysis: an introduction to its methodology"*, London, 1980, s. 21.

Kumbasar, B., *"1 Şubat-31 Mart 2005 tarihleri arasında İstanbul'da Yayımlanan Gazetelerde Sağlık Haberleri"*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Genel Gazetecilik Bilim Dalı, İstanbul, 2006.

Lippmann W., *"Public Opinion"*, Çev: Ayseli Usluata, İletişim, İletişim Yayınları, 1994, s.93.

Lupton, D., *"Toward the Development of Critical Health Communication Praxis."* Health Communication, 6, 1994, s.56.

Maibach E., Holtgrave D., *"Advances in Public Health Communication"* Annual Reviev of Public Health, 1995, s. 219.

McCain J, *"Faith of My Fathers (New York: Random House)"*, 1999, s.221.

McChesney, Robert W., *"Medyanın Sorunu"*, Çev: Çiğdem Çidamlı, Emel Coşkun, Erdoğan Usta, Kalkedon Yayınevi, 2006.

McQuail, D., *"Kitle İletişim Kuramı"*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1994, s.213, 214.

Medya Takip Merkezi, (MTM), "Yazılı ve Görsel Basında Yer Alan Sağlık Haberleri", 2004.

Mutlu, E., *"İletişim Sözlüğü*", Sofos Yayınları, Ankara, 2012, s. 263.

Negrine, R., "*Politics and The Mass Media in Britain"*, akt:Rıdvan Kanber, Medya ve Sağlık, Türk Sağlık-Sen Yayınları, Ankara, 2003 s.35.

Nordestreng, K., *"Policy For News Transmision"*, Penguin Boks, 1972, s. 397.

Nuttoll, J. *"Ahlak Üzerine Tartışmalar"*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1997, s.228.

Okay, A., *"Sağlık İletişimi Temek Kavramlar ve Prensipler"*, Mediacat Kitapları, İstanbul, 2012, s.21.

Oran, NT., San, T. A., "Hemşirelik Eğitiminin Öğrencilerde Sağlık Davranışlarını Geliştirmeye Etkisi", *I. Ulusal Sağlığı Geliştirme ve Sağlık Eğitimi Sempozyumu (uluslar arası katılımlı*), Ankara, 24-26 Kasım 2004.

Öke, M.K., *"Gazeteci, Türkiye'de Basın Çalışanları Üzerine Bir İnceleme"*, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Ankara, 1994, s.77-78, 85.

Parrott, R.. *"Emphasizing "Communication" in Health Communication"*, Journal of Communication, 2004, December, s. 751.

Pasinlioğlu, T., Gözüm S., "Birinci basamak sağlık hizmetlerinde çalışan sağlık personelinin sağlık davranışları", *Cumhuriyet Üniversitesi, Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi* ,1998, 2(2), s.60-68.

Pehlivan E, M. Genç, L. Karaoğlu, *"Günlük Gazetelerde Sağlık İle İlgili Haberlerin İncelenmesi"*, İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Malatya, 1993.

Posta, (2013), Posta Gazetesi, 1 Kasım 2013 tarihinde http://postagazetesi-tr.blogspot.com/2007/08/posta-gazetesi-mdr-ile-sylei.html adresinden erişildi.

Posta, (2013), Posta Gazetesi, 1 Kasım 2013 tarihinde http://kurumsal.dogangazetecilik.com/kurumsal_yonetim_menu_1_5.asp adresinden erişildi.

Poyraz, B., "*Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik", *(I. Baskı), Ütopya Yayınevi, Ankara, 2002, s.19.

Ramonet, I., *"Medyanın Zorbalığı"*, Çev:Aykut Derman, Om iletişim, İstanbul, 2000, s.86.

Ratzan, C.S., Payne, J.G., Bishop C., "*The Status und Scope of Health Communication"*, Journal of Health Communication, V.1, 1996, s.28.

Reports, N., *"Journalists Testifying at War Crimes Tribunals investigating Scandal in the Catholic Churc"* 2003. Akt: K.Burak İşak "Hürriyet Gazetesi'nde Sağlık haberciliği konusunda bir içerik analizi", Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008, s.5.

Rigel, N., *"Kağıt Kaplanlar"*, Der Yayınları, İstanbul, 1993, s.38.

Rigel, N., *"Medya Ninnileri" (2. Baskı),* Sistem Yayınları, İstanbul, 1994, s.4.

Robinson, G.J., *"Fünfundzwanzing Jahre Gatekeeper Forschung. Eine kritische Rückschau und Bewertung"*, Der: Auferman J., Borhmann H., Sülzer R., "Gesellschaftliche Kommunikation und Information" cilt:1, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, s. 344.

Rogers, E.M., *"The Field of Health Communication Today."* American Behavioral Scientist 38(2), November, 1994, s. 209.

Rorty, R., *"Philosophy and the Mirror of Nature",* Oxford, Blackwell, 1980, s. 334

Roscho, B. *"Newsmaking",* University of Chicago Pres, 1975, s.40.

Sabah, (2013), Sabah Gazetesi, 31 Ekim 2013 tarihinde http://tr.wikipedia.org/wiki/Sabah_(gazete) adresinden erişildi.

Sağlık Bilinci ve Medya Toplantısı, 18-20 Haziran 1999, www.ttb.gov.tr, 15 Temmuz 2013 tarihinde erişildi.

Sağlığın Korunma ve Geliştirilmesinde Hemşirelik Hizmetlerinin Rolü. 15 Mayıs 2013 tarihinde http://server.karaelmas.edu.tr/saglik/skg.htm adresinden erişildi.

Sağlığın Teşviki Geliştirilmesi Sözlüğü, Sağlık Bakanlığı, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara, 2011, s. 8.

Schiavo, R., *"Health Communication: From Theory to Practice",* USA: Jossey Bass, 2007, s. 12-21, 26-17.

Sezgin, D., *"Sağlık İletişimi Paradigmaları Ve Türkiye: Medyada Sağlık Haberlerinin Analizi"*, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 2010, s. 105.

Sırc, A., *"Guidelines on Science and Health Communication",* November 2001, Akt: İnci Çınarlı, "Bilim ve Sağlık Haberciliği: Kamu Yararına Doğru , Ulaşılabilir ve Kullanılabilir Enformasyon İletimi ve Sorumluluklar", Metin Işık, Ayhan Erdem, "Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim", Eğitim Kitabevi, Konya, 2008, s.160.

Sontag, S., *"Metafor Olarak Hastalık AIDS ve Metaforları"*, Çev., Osman Akınhay, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2005.

Sözcü, (2013), 1 Kasım 2013 tarihinde http://tr.wikipedia.org/wiki/Sözcü_(gazete) adresinden erişildi.

Stempel, G. H, *"İçerik Analizi",* Der. M. Sadullah Çebi, "İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi", Alternatif Yayınları, Ankara, 2003, s.103-123.

Sütlaş, M., "Etkin Bir Denetim İçin İşbirliği Olmalı", *Bizim Gazete*, 20 Temmuz 2006

Tabak, R.S., *"Sağlık İletişimi",* Literatür Yayınları, İstanbul, 1999, s. 29.

Tavşancıl E., Aslan E., *"İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri",* Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2001, 26-103.

Thomas, R. K., *"Health Communication. USA: Springer Science+Business Media Inc."*, 2006, s. 1-4- 39.

Thompson T.L., *"İntroduction. Handback of Health Communication",* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003, s.2, (http://sdplatform.com/Baslik.aspx?BID=180 2 Mayıs 2013 tarihinde erişildi)

Tılıç, L. D., *"Utanıyorum Ama Gazeteciyim"* (I. Baskı), İletişim Yayınları, İstanbul, 1998, s.172.

Tılıç, D.,Kuru, B., "Türk Medyasında Bir Mayın Tarlası: Sağlık Haberciliği", *Tıp Dünyası Dergisi,* Sayı:116, 2004.

Tokgöz, O., *"Temel Gazetecilik",* İmge Kitabevi, Ankara, 2003, s. 57.

Tuchman, G. *"Making News: A Study in the construction of Realitiy"* London Collier McMillan Publ., 1978, s. 186.

Tulgar, A., *"Haber Tekniği"* ,Ulusal Basımevi, Ankara, 1970, s. 21.

Türk Basın Yayın Mevzuatı, s.591, Akt: Atilla Girgin, *"Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i"*, Inkilap Yayınları, İstanbul, 2003, s.178.

Uçar, Y. *"Basın Ahlakı Açısından Haberde Nesnellik Olgusu",* Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek lisans Tezi, Konya, 2011, s.58.

Usluata, A., *"İletişim",* İletişim Yayınları, İstanbul, 1994, s.92.

Utma, S., *"Yazılı Basında Sağlık Haberleri ve Kamuoyuna Etkisi",* Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2010, s. 26,149,181.

Uzun, R., *"İletişim Etiği, Sorunlar ve Sorumluluklar",* Dipnot Yayınları, Ankara, 2009, s.96.

Uzun, R., *"UNESCO Kitle İletişim Bildirgeleri",* UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara, 2010, s.27.

Vural, BK., "Sağlık Riskinin Belirlenmesi Ve Hemşirelik İçin Önemi", *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşire Yüksek Okulu Dergisi,* 1998, 2 (2), s. 39-43.

Weining,O., Leissner A.,Wegener W., Balmann R., *"Gesundheistkommunikation im Öffentlichen Gesundheitswesen Bewaeltigunug von Risiken und Krisen"*, Norderstedt: Books on Demand GmbH, 2004, s. 91.

Wright, K.,B., vd. *"Health Communication in the 21st Century"*, Blackwell Publishing, USA 2008.

Yağbasan, M., Çakar, F., "Doktor-Hasta İlişkisinde Dile ve Davranışa Dayalı İletişimsel Sorunları Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Sayı:15, Konya, 2006, s. 614.

Yağbasan M., Demir Ü., "The Linguistical Analysis Of The Media Language And Newspaper Headlines" (Basın Dili Ve Gazete Manşetlerinin Dilbilimsel Analizi), *e-Journal of New World Sciences Academy (Newwsa),* Volume: 3, Number: 1, Elazığ, 2008.

Yıldız, H., *"Medya ve Sağlık: Türk Basınında Sağlık İçerikli Haberlerin Bilgilendirme Potansiyeli"*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2006, s. 38.

Yüksel, E. ve Gürcan, H.İ., *"Habercinin El Rehberi*", Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları: no.1263. ,2001, s.57.

Zaman, (2013), Zaman Gazetesi, http://www.turkcebilgi.com/ansiklopedi/zaman_gazetesi adresinden 31 Ekim 2013 tarihinde erişildi.

Zaybak, A., Fadıloğlu, Ç., "Üniversite Öğrencilerinin Sağlığı Geliştirme Davranışı Ve Bu Davranışı Etkileyen Etmenlerin Belirlenmesi", *Ege Üniversitesi Hemşire Yüksek Okulu Dergisi* , 2004, 20 (1), s.77-95.

Zeytinli M., *"Uluslararası Haber Dolaşımının Sorunları",* Yeni Türkiye s:12, Ankara, 1996, s.1102.

İnternet kaynakları:

Basın Meslek İlkeleri, 7 Eylül 2013 tarihinde http://www.mailgazete.com/bilgibank/bilgibank14.htm adresinden erişildi.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 29 Ağustos 2013 tarihinde http://www.tgc.org.tr/bildirge.asp adresinden erişildi.

"SAĞLIK HABERLERİNDE MUCİZE TEDAVİLER" http://www.dorduncukuvvetmedya.com/2394-bu-arastirmaya-dikkat-saglikhaberleri sagliginizdan-etmesin.html, erişim tarihi: 14.01.2013

"SAĞLIK HABERLERİNDE MUCİZE TEDAVİLER" http://www.dorduncukuvvetmedya.com/2394-bu-arastirmaya-dikkat-saglik-haberleri sagliginizdan-etmesin.html, erişim tarihi :14.01.2013

EKLER

EK 1: Yüksek Lisans Tezi İçerik Çözümlemesi Kodlama Formu

Değişkenin Numarası	İçeriği	Kodu
1.	**HABERİN YAYINLANDIĞI GAZETELER**	
Habertürk		**1**
Hürriyet		**2**
Posta		**3**
Sabah		**4**
Sözcü		**5**
Zaman		**6**
2	**HABERİN YAYINLANDIĞI AYLAR**	
Temmuz		**1**
Ağustos		**2**
Eylül		**3**
Ekim		**4**
Kasım		**5**
Aralık		**6**
3	**HABERİN YAYINLANDIĞI GÜNLER**	
Pazartesi		**1**
Salı		**2**
Çarşamba		**3**
Perşembe		**4**
Cuma		**5**
Cumartesi		**6**
Pazar		**7**

4	**HABERİN YAYINLANDIĞI YIL**	**2012**
5	**HABERİN SAYFADAKİ KONUMU**	
Sol Üst		**1**
Sağ Üst		**2**
Orta		**3**
Sol Alt		**4**
Sağ Alt		**5**
Tam Sayfa		**6**
Manşet		**7**
Sürmanşet		**8**
6	**HABERİN SUNULUŞU/YAPISAL ÖZELLİĞİ**	
Haber Metni		**1**
Köşe Yazısı/Yorum		**2**
Spot		**3**
Röportaj		**4**
Yazı Dizisi		**5**
İlan		**6**
7	**HABER BAŞLIĞININ CÜMLE YAPISI**	
Düz Cümle		**1**
Soru Cümlesi		**2**
8	**HABERDE GÖRSEL MALZEME KULLANIMI**	
Fotoğraf		**1**
Resim		**2**
Grafik		**3**
Karikatür		**4**
Malzeme Yok		**5**

9 GÖRSEL MALZEMENİN KONUYLA İLGİSİ	
Var	**1**
Yok	**2**
10 HABERİN KAYNAĞI	
Yurt İçi Haber Ajansları	**1**
Yurt Dışı Haber Ajansları	**2**
Gazetenin Kendi Haberi	**3**
Diğer Medya Haberleri	**4**
Kaynak Yok	**5**
11 HABERDE OLAYI AÇIKLAMADA KULLANILAN DAYANAK	
Sağlık Bakanlığı	**1**
Doktorlar	**2**
Hemşireler	**3**
Başhekimler	**4**
Kurumsal Yetkili (Müdür, sağlık personeli v.s)	**5**
Tıp Literatürü	**6**
Bilimsel Yayınlar	**7**
Dayanak Yok	**8**
12 HABERİN NİTELİĞİ	
Olumlu	**1**
Olumsuz	**2**
Tarafsız	**3**

13. HABER METNİNİN ÖZELLİKLERİ **evet hayır kısmen**

	evet	hayır	kısmen
1. Metinde ağırlı olarak yorum yapılmaktadır	1	2	3
2. Metin inandırıcı bir özellik taşımaktadır.	1	2	3
3. Dikkat Çekici/ilgi Uyandırıcıdır	1	2	3
4. Metin Kışkırtıcıdır.	1	2	3
5. Konu gereğinden çok abartılmıştır	1	2	3
6. Sansasyonel boyut taşımaktadır	1	2	3
7. Metin açık ve anlaşılır bir anlatıma sahiptir	1	2	3
8. Magazin boyutu vardır	1	2	3
9. Konu rutin bir olaya dairdir	1	2	3
10 Başlık ve metin arasında ilişki vardır	1	2	3
11. Anlaşılması güç terimler yer almıştır	1	2	3
12.Okuyucuda soru işareti bırakacak nitelikler taşımaktadır	1	2	3
13. Metin ayrıntıya boğulmuştur	1	2	3
14. Ele alınan konularda olayın tüm boyutları açıklanmıştır.	1	2	3
15. Haberde bilgi hatası vardır	1	2	3
16. Haber Nesneldir.	1	2	3
17. Diğer	1	2	3

14. HABER METNİNİN KONUSU **evet hayır kısmen**

	evet	hayır	kısmen
1. Sağlık politikasıyla ilgili	1	2	3
2. Hastalıklar ve Tedavisiyle ilgili.	1	2	3
3. Sağlıkla ilgili Bilimsel Gelişmeler Bulgular	1	2	3
4. Alternatif Tıpla ilgili	1	2	3
5. İlaçlarla /medikallarla ilgili	1	2	3
6. Güzellik ve estetikle ilgili	1	2	3
7. Beslenme ve diyetle ilgili	1	2	3
8. Ruh sağlıyla ilgili	1	2	3
9.Ana çocuk sağlığıyla ilgili	1	2	3
10. Cinsellikle ilgili	1	2	3
11. Reklam/Çıkar amaçlı unsur kullanımı söz konusu	1	2	3
12. Tıp sağlık etiğiyle ilgili	1	2	3
13. Diğer	1	2	3

EK 2: Basın Meslek İlkeleri

İletişim Özgürlüğünü ülkemizde insanca yaşamanın, saydam bir yönetime kavuşmanın ve demokratik sistemin temel koşulu sayan biz gazeteciler:

Kanun koyucunun veya öteki kurum ve kişilerin, İletişim Özgürlüğünü kısıtlamalarına, her zaman ve her yerde karşı çıkacağımıza kendi özgür irademizle söz vererek;

İletişim Özgürlüğünü, Halkın Gerçekleri Öğrenme Hakkı'nın bir aracı sayarak;

Gazetecilikte temel işlevin, gerçekleri bulup bozmadan, abartmadan kamuoyuna yansıtmak olduğunu göz önünde tutarak;

Basın Konseyi'nin kendi çalışmaları üzerinde hiçbir dış müdahaleye izin vermeme kararlılığını vurgulayarak;

Yukarıdaki bölümü de içeren Basın Meslek İlkeleri'ne uymayı, sözünü ettiğimiz temel inançlarımızın bir gereği saydığımızı, kamuoyu önünde açıklarız.

1. Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.
2. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı yada incitici yayın yapılamaz.
3. Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.
4. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.
5. Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.
6. Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz.
7. Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.
8. Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.

9. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse "suçlu" ilan edilemez.
10. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.
11. Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.
12. Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.
13. Şiddet ve zorbalığı özendirici yayın yapmaktan kaçınılır.
14. İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.
15. Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.
16. Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.

EK 3: Türkiye Gazetecileri Hak Ve Sorumluluk Bildirgesi

Giriş:

Aşağıda tanımı yapıldığı üzere her gazeteci ve basın - yayın organı, gazetecinin haklarını savunmalı ve meslek ilkelerine uymalı, uyulmasını gözetmelidir. Basın - yayın organlarında, gazeteci olmadıkları halde çeşitli biçimlerde gazetecilik faaliyetine katılanlar ile dışarıdan Türkiye' ye ve Türkiye' den dışarıya dönük yayın yapanlar da bu sorumluluklar kapsamındadır. Basın yayın organları yöneticileri; genel yayın yönetmeni yahut müdürü, yazı işleri müdürleri yahut sorumlu müdürler, sıfatları ne olursa olsun, kuruluşlarında görevli gazeteciler ile yayınların meslek ilkelerine uygun olmasını gözetir. Gazetecinin hakları, halkın haber alma hakkının ve ifade özgürlüğünün; meslek ilkeleri ise dürüst ve doğru iletişimin temelidir. Meslek ilkeleri gazetecinin ve basın - yayın organlarının özdenetimini öngörür ve değerlendirme mercii öncelikle vicdanlardır.

A. İnsan ve yurttaş hakkı: Herkes, bilgi edinme ve haber alma, özgür düşünce, ifade ve serbest eleştiri hakkına sahiptir. Düşünce ve ifade özgürlüğünün kullanılmasının başlıca yolu olan basın ve yayın özgürlüğü temel insan haklarındandır. Bu hakların demokratik hukuk devletinde anayasal güvence altında olması esastır.

B. Gazeteci tanımı: Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir. Basın ve yayın alanındaki her işletme, çalıştırdıkları gazetecileri, yasaların gazetecilere tanıdığı haklardan yararlandırmak zorundadır.

C. Gazetecinin sorumluluğu: Gazeteci, basın özgürlüğünü, halkın doğru haber alma, bilgi edinme hakkı adına dürüst biçimde kullanır. Bu amaçla her türlü sansür ve otosansürle mücadele etmeli, halkı da bu yönde bilgilendirmelidir. Gazetecinin halka karşı sorumluluğu, başta işverenine ve kamu otoritelerine karşı olmak üzere, öteki tüm sorumluluklardan önce gelir. Bilgi ve haber ile özgür düşünce, herhangi bir ticari mal ve hizmetten farklı olarak toplumsal bir nitelik taşır.

Gazeteci, ilettiği haber ve bilginin sorumluluğunu üstlenir ve paylaşır. Gazetecinin özgürlüğünün içeriğini ve sınırlarını, öncelikle sorumlulukları ile meslek ilkeleri belirler.

D. Gazetecinin hakları:

1. Gazeteci tüm bilgi kaynaklarına serbestçe ulaşma ve kamu yaşamını belirleyen, halkı ilgilendiren tüm olayları izleme, araştırma hakkına sahiptir. Gazetecinin karşısına çıkarılacak gizlilik ve sır gibi engeller kamusal işlerde yasaya, özel işlerde açık ve ikna edici gerekçelere sahip olmalıdır.

2. Gazeteci, çalıştığı basın ve yayın organının kendisiyle yaptığı sözleşmede de kaydedilmiş olması gereken temel çizgisini dikkate alır. O temel çizgi dışındaki ve onunla çelişen veya orada açıkça belirtilmemiş olan tüm telkin, öneri, istek ve talimatları reddetme hakkına sahiptir.

3. Gazeteci, inanmadığı bir görüşü savunmaya veya meslek ilkelerine aykırı bir iş yapmaya zorlanamaz.

4. Gazeteciler, özellikle de yazı işleri çalışanları, basın - yayın işletmesinin işleyişini belirleyen, etkileyen önemli kararlardan haberdar edilmeli ve gereğinde kararların alınmasına katılmalıdır.

5. İşlevi ve sorumlulukları ışığında, gazeteciler örgütlenme hakkının yanı sıra görevinin maddi ve manevi güvencesini sağlayan kişisel sözleşme yapma hakkına sahiptir. Gazeteci ekonomik bağımsızlığını garanti eden toplumsal rolüne ve emeği ile yeteneğine uygun bir ücret almalıdır.

6. Gazeteci, kaynakların gizliliği ilkesi uyarınca, kaynağını açıklamaya ve tanıklık yapmaya zorlanamaz. Kaynağı izin verdiği taktirde gizlilik ortadan kalkabilir. Kaynağı tarafından açıkça yanıltıldığı durumlarda gazeteci kaynağını açıklayabilir.

E. Gazetecinin temel görevleri ve ilkeleri:

1. Halkın bilgi edinme hakkı uyarınca, gazeteci, kendi açısından sonuçları ne olursa olsun, gerçeklere ve doğrulara saygı duymak ve uymak zorundadır.

2. Gazeteci; bilgi ve haber alma, yorum yapma ve eleştirme özgürlüklerini ne pahasına olursa olsun savunur.

3. Gazeteci; başta barış, demokrasi ve insan hakları olmak üzere, insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygıyı savunur. Milliyet, ırk, etnisite,

cinsiyet, dil, din, sınıf ve felsefi inanç ayrımcılığı yapmadan tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin haklarını ve saygınlığını tanır. İnsanlar, topluluklar ve uluslararasında nefreti, düşmanlığı körükleyici yayından kaçınır. Bir ulusun, bir topluluğun ve bireylerin kültürel değerlerini ve inançlarını (veya inançsızlığını) doğrudan saldırı konusu yapamaz. Gazeteci; her türden şiddeti haklı gösterici, özendirici ve kışkırtan yayın yapamaz.

4. Gazeteci; kaynağını bilmediği bilgi ve haberleri yayınlamaz; kaynak açık olmadığında, yayınlamaya karar verdiği durumlarda da kamuoyuna gerekli uyarıları yapmak zorundadır.

5. Gazeteci; temel bilgileri yok edemez, görmezlikten gelemez ve metinlerle belgeleri değiştiremez, tahrif edemez. Yanlış, yanıltıcı ve tahrif edilmiş yayın malzemesi kullanmaktan uzak durur.

6. Gazeteci, bilgi, haber, fotoğraf, görüntü, ses, belge elde etmek için yanıltıcı yöntemler kullanamaz.

7. Gazeteci, kamuya mal olmuş bir şahsiyet bile olsa, halkın haber alma, bilgilenme hakkıyla doğrudan bağlantılı olmayan hiç bir amaç için, izin verilmedikçe özel yaşamın gizliliği ilkesini ihlal edemez.

8. Gazeteci, yayınlanmış her yanlışı en kısa sürede düzeltmekle yükümlüdür. Gazeteci, istismar edilmemesi, kötüye kullanılmaması ve kabul edilebilir boyutlar ile biçimde yapılması kaydıyla, cevap hakkına saygılı olmalıdır.

9. Gazeteci, kendisine güvenilerek verilmiş bilgilerin, belgelerin kaynaklarını, kendileri izin vermediği sürece, mesleki gizlilik ilkesi uyarınca, hiç bir şekilde açıklamaz.

10. Gazeteci, çalıntı, iftira, hakaret, lekeleme, saptırma, manipülasyon, söylenti, dedikodu ve dayanaksız suçlamalardan kesinlikle uzak durur.

11. Gazeteci, bir bilginin, haberin yayını ya da yayınlanmaması karşılığı hiçbir maddi veya manevi avantajın peşinde olamaz. Gazeteci, devlet başkanından milletvekiline, iş adamından bürokratına kadar haber kaynağı olarak da kabul edilen kişi ve kurumlarla iletişimini ve ilişkisini meslek ilkelerini gözeterek yürütür.

12. Gazeteci, mesleğini, reklamcılıkla, halkla ilişkilerle veya propagandacılıkla karıştıramaz. İlan - reklam kaynaklarından herhangi bir telkin, tavsiye alamaz, maddi çıkar sağlayamaz.

13. Gazeteci, hangi konuda olursa olsun, elde ettiği bilgileri geniş biçimde yayın konusu yapmadan kendi yararına kullanamaz. Mesleğini, ne şekilde olursa olsun, (yasaların ve yönetmeliklerin kendisine tanıdığı hakların dışında) ayrıcalıklar kazanmak amacıyla kullanamaz.

14. Gazeteci, her ne amaçla olursa olsun, tehdit ve şantaj gibi yollara başvurmaz. Gazeteci bu şekilde baskılara da karşı koyar.

15. Gazeteci her türlü baskıyı reddeder ve çalıştığı basın - yayın organındaki yöneticileri dışında kimseden işiyle ilgili talimat alamaz.

16. Gazeteci sıfatını taşımayı hak eden herkes meslek ilkelerine en yüksek seviyede uymayı taahhüt eder. Ülkesindeki yasalara saygılı olmakla birlikte, hükümet ve benzeri kurumların müdahalelerine kapalıdır. Mesleki olarak yalnızca meslektaşlarının ve kamuoyunun değerlendirmeleri ile bağımsız yargı organlarının kararlarını dikkate alır.

17. Gazeteci, devleti yönetenlerin belirlediği ulusal ve uluslararası politikalar konularında önyargılara değil, halkın haber alma hakkına dayanır. Onu mesleğin temel ilkeleri ve özgürlükçü demokrasi kaygıları yönlendirir.

Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları

Haber-Yorum: Haber ile yorum ve görüş ayrımı açık yapılmalı, okurun ve izleyicinin neyin haber, neyin yorum olduğunu kolayca seçebilmesi sağlanmalıdır. Fotoğraf - Görüntü: Fotoğraf ve görüntünün güncel olup olmadığı açık biçimde belirtilmeli, canlandırma görüntülerde de bu, izleyicinin fark edebileceği biçimde ifade edilmelidir.

Haber - İlan (Reklam): Haber ve yorum metinleri veya görüntüleri ile İlan - reklam amaçlı metinlerin ayrımı hiç bir karışıklığa yer bırakmayacak ölçüde yapılmalıdır.

Yargı: Hazırlık soruşturması sırasında soruşturmayı zaafa uğratıcı, yönlendirici biçimde haber ve yorumdan kaçınılmalıdır. Yargılama sürecinde de haberler her türlü ön yargıdan uzak ve kesinlikle doğruluğundan emin olunarak sunulmalıdır. Gazeteci yargı sürecinde taraf olmamalıdır. Yargı kararı kesinleşmedikçe, bir sanık suçlu ilan edilmemelidir. Haberlerde ve yorumlarda suçluymuş gibi değerlendirmeler yapılmamalıdır.

Çocuk: Çocuklarla ilgili suçlarda ve cinsel saldırılarda sanık, tanık ya da mağdur (maktul) olsun, 18 yaşından küçüklerin açık isimleri ve fotoğrafları yayınlanmamalıdır. Çocuğun kişiliğini ve davranışlarını etkileyebilecek durumlarda, gazeteci, bir aile büyüğünün veya çocuktan sorumlu bir başkasının izni olmaksızın çocukla röportaj yapmamalı veya görüntüsünü almaya çalışmamalıdır.

Cinsel saldırılar: Cinsel saldırı mağdurlarının fotoğrafları, görüntüleri veya kimlikleri, açık kamu yararı olmadıkça yayınlanmamalıdır.

Kimlik veya özel durum: Açık kamu yararı olmadıkça ve olayla doğrudan ilgisi, bağlantısı bulunmadıkça, bir insanın davranışı veya işlediği suç, onun ırkına, milliyetine, dinine, cinsiyetine, cinsel eğilimine, hastalığına veya fiziksel, zihinsel özürlü olup olmamasına dayandırılmamalıdır. Kişinin bu özel durumu, alay, hakaret, önyargı konusu yapılmamalıdır.

Sağlık: Sağlık konusunda sansasyondan kaçınmalı, insanları umutsuzluk veya sahte umut verecek yayın yapılmamalıdır. Tıbbi alandaki araştırmalar kesinleşmiş sonnuçlar gibi yayınlanmamalıdır. İlaç tavsiyesinde mutlaka uzmana danışılmalıdır. Hastanelerde araştırmalar yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliğini belirtmeli ve girilmesi yasak bölümlere ancak yetkililerin izniyle girmelidir. Yetkilinin, hastanın veya yakınının izni olmaksızın hastane ve benzeri kurumlarda hiç bir yolla ses ve görüntü alınmamalıdır.

Hediye: Yayın Öncesi kararlarla ve yayınlarla ilgili önyargı, kuşku yaratacak her cinsten kişisel hediye ve maddi menfaat reddedilmelidir.

Müessese Çıkarı: Gazetecinin bir basın - yayın organındaki işlevini "Hak ve Sorumluluk Bildirgesi" ndeki hakları, sorumlulukları ve görevleri belirler. Gazeteci, bu mesleki çerçeve ile yayın organının çizgisi dışında, müessese çıkarı söz konusu olsa dahi, hiçbir faaliyete gönüllü olarak veya zorla katılmamalıdır.
Özeleştiri: Gazeteci ile basın - yayın organları, tekzip ve cevap hakkı gibi zorunlulukların dışında da, yanlışları düzeltmeli ve özleştiri yapmalıdırlar.
Taraf olma: Gazeteci ve yayın organı, her ne nedenle ve her ne biçimde olursa olsun, taraf oldukları bir olaydaki konumlarını kamuoyuna açıkça belirtmelidir. Yayın organı yahut yorumcu, siyasi, ekonomik ve toplumsal tercihlerinin doğrultusunda yayın yapabilir. Bu durumda bu tavır açıkça ortaya konulmalı, ayrıca yorum ile haber - olay ayrımı kesin biçimde yapılmalıdır.

Özel hayat: Asıl olan kamu yararıdır. Özel hayatın gizliliğinin geçersiz sayılabileceği başlıca durumlar şöyle sıralanabilir:

a) Büyük bir suç yahut yolsuzluk üstüne araştırma ve yayın

b) Toplumu kötü etkileyici bir tutumla ilgili araştırma ve yayın

c) Toplumun güvenliğinin veya sağlığının korunması

d) İlgili kişinin sözleri yahut eylemleri sonucu halkın yanılmasının, yanıltılmasının veya yanlış yapmasının engellenmesi

Bu durumlarda dahi, özel hayatın kamuya açılan kesiti mutlaka konuyla doğrudan ilgili olmalı veya ilgili kişinin özel hayatının onun kamusal faaliyetini de etkileyip etkilemediği gözetilmelidir.

Bilgi-Belge: Doğrudan kamu yararı olmadıkça, sahibinin izni dışında belge, fotoğraf, ses yahut görüntü alınmamalıdır. Kamu yararı söz konusu olduğunda dahi, yukarıdakilerin başka hiçbir şekilde elde edilmeyeceğine kesin kanaat getirilmiş olması gerekir.

Haber için para: Gazeteci belge veya görüntü sağlamak amacıyla, bir suçla ilgili sanık, tanık veya onların yakınlarına para teklif etmemeli ve vermemelidir. Sarsıcı durumlarda: Üzüntü, sıkıntı, tehlike, yıkım, felaket ya da şok halindeki insanlar söz konusu olduğunda gazetecinin olaya yaklaşımı ve araştırması insani olmalı ve gizliliklere uyularak duygu sömürüsünden kaçınılmalıdır.

Suçlu yakınları: Gazeteci, sanıkların ve suçluların akrabalarını, yakınlarını, olayla ilgileri olmadıkça veya olayın doğru anlaşılması için gereği bulunmadıkça teşhir etmemelidir.

İntihar olayları: İntihar olayları hakkında haber çerçevesini aşan ve okuyucu veya izleyiciyi etki altında bırakacak nitelikte ve genişlikte yayın yapılmamalıdır. Olayı gösteren fotoğraf, resim veya film yayınlanmamalıdır.

Ekonomik, mali bilgi: Yasalarla yasaklanmış olmasa dahi, gazeteci elde ettiği ekonomik - mali bilgileri geniş biçimde yayınlanmadan önce kendisinin yahut yakınlarının çıkarları için kullanmamalıdır. Gazeteci, kendisinde ve yakınlarında bulunan hisse senedi ve benzeri mali araçlar konusunda, yayın organındaki sorumluları bu menkul kıymet sahipliği hakkında doğru bilgilendirmediği sürece yayın yapmamalıdır. Gazeteci, hakkında haber ve yorum yazdığı ya da yazmayı tasarladığı taşınır ve taşınmaz kıymetlerin doğrudan veya dolaylı alım satımını yapmamalıdır. Ambargo: Önceden görme - Off the record: Gazeteci, kendi çabasıyla elde etmedikçe,

bir kaynağın verdiği bilgi veya belgenin yayınlanma tarihi konusundaki isteğe uymalıdır. Gazeteci, röportaj, haber, yorum veya görüntü, yayın şekli ne olursa olsun, hazırlığını yayın organındaki sorumlular dışında, kaynağı da dahil kimseye denetlettirmekle yükümlü değildir. Gazeteci, açıklanmaması kaydıyla (off the record) verilen bilgiyi ve sarfedilen sözleri yayınlamamalıdır.

Rekabet: Gazeteci, rekabet nedeniyle de olsa, bir başka gazeteciye bilinçli ve açık, mesleki zarar vermekten kaçmalıdır. Bir meslektaşının yayınını engelleyici davranışlarda bulunmamalıdır.

Kaynak gösterme: Gazeteci, başta haber ajansları olmak üzere, bir meslektaşının ve herhangi bir yayının sunduğu bilgileri kullandığında mutlaka kaynağı belirtmelidir.
Gazeteci olmayanlar: Bir yayın organında, sürekli veya zaman zaman, gazetecilik kapsamına giren alanlarda faaliyet gösterenlerin asıl sıfatları, asli işleri uygun şekilde belirtilmeli, kamuoyu onların temel konumu hakkında bilgilendirilmelidir.
Özdeşleşme: Gazeteci, uzmanlık alanı ne olursa olsun öncelikle gazetecidir. Polis muhabiri, polis veya sözcüsü, spor muhabiri kulüp yöneticisi veya sözcüsü, herhangi bir partiden sorumlu muhabir onun üyesi veya sözcüsü gibi davranmamalı ve bu yönde, yayın yapmamalıdır.

ÖZGEÇMİŞ

1984 yılında Elazığ'da doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Elazığ'da devlet okullarında tamamladım.

2010 yılında Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun oldum. Okul yıllarında Toplum Gönüllüleri Vakfı'nda gönüllü fotoğrafçılık yaparak "Gönüllü Projelerde Ekip Çalışması", "Sivil Toplum ve Gönüllülük Eğitimi", "Proje Yönetimi Eğitimi" lerine katıldım. Yine okul yıllarında Elazığ Birlik Medya'da gönüllü muhabirlik yaparak, basın fotoğrafçılığı üzerine çalıştım. 2010 yılında Bitlis Eren Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nde halkla ilişkiler uzmanı olarak 16 ay görev yaptım. Bu süre içerisinde "Gaziantep Üniversite Tanıtım Günleri'ne", "TTNET'le Geleceğini Netleştir Konferansı'na", "Başarı Psikolojisi Zirvesi'ne", "Bilgisayar Okuryazarlığı Eğitimi'ne", "İnterneti Güvenli Kullanalım", "İnterneti Güvenli Kullanma" ve " Finansal Bilinç" gibi çeşitli eğitimlere katıldım.

Ocak 2012'de Fırat Üniversite'si Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda Tezli Yüksek Lisans Programına başladım. Yüksek Lisans Eğitimi sonrasında akademik hayatıma devam etmek istiyorum.

İlkay YILDIZ